



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**JORNALISMO COLABORATIVO: NOVO EXERCÍCIO DA CIDADANIA NA *PÓLIS*
CIBERNÉTICA?**

Isabela Duarte Pimentel

Rio de Janeiro

2010

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**JORNALISMO COLABORATIVO: NOVO EXERCÍCIO DA CIDADANIA NA *PÓLIS*
CIBERNÉTICA?**

Isabela Duarte Pimentel

Monografia de Graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Paulo César Castro

Rio de Janeiro

2010

JORNALISMO COLABORATIVO: NOVO EXERCÍCIO DA CIDADANIA NA *PÓLIS* CIBERNÉTICA?

Isabela Duarte Pimentel

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo.

Aprovado por

Prof. Dr./ Paulo César Castro– orientador

Profª Drª Cristina Rego Monteiro da Luz

Profº. Drª Cristiane Costa

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro

2010

PIMENTEL, Isabela Duarte.

Jornalismo cidadão: novo exercício da cidadania na *pólis* cibernética?/ Isabela Duarte Pimentel
Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2010.

77f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2010.

Orientação: Paulo César Castro

1. Jornalismo Colaborativo. 2. Cidadania. 3. Participação política. I. CASTRO, Paulo César II. ECO/UFRJ III. Jornalismo IV. Professor Doutor.

A meu pai, essa vitória.

AGRADECIMENTO

Ao meu orientador, o professor Paulo César Castro, pela dedicação, paciência e empenho, mesmo nos momentos mais conturbados, em que falta de tempo e pressa driblavam o trabalho monográfico.

A meu Pai, cuja lembrança foi força e combustível para caminhar sempre, mesmo que a passos vacilantes.

A minha mãe, por ser um exemplo de vida, dignidade, honra, dedicação e fé.

A minha irmã, pela amizade, carinho e esperança.

A minha avó, pela sabedoria, companhia e orações.

A todos os meus queridos amigos que fiz ao longo desta trajetória e aos mestres que contribuíram, por atitudes e palavras, para minha formação acadêmica.

*"A revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo introduziram
uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede".*

(M. Castells).

PIMENTEL, Isabela Duarte. *Jornalismo Cidadão: novo exercício da cidadania na pólis cibernética?* Orientador: Paulo César Castro. Rio de Janeiro, 2010. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Xf.

RESUMO

Este projeto analisa como as potencialidades das ferramentas da *web*, em especial, as utilizadas no âmbito do jornalismo colaborativo, podem ser relacionadas à prática da cidadania, na chamada “sociedade em rede”. Desde que chegou ao domínio público, em 1984, a internet alterou as diversas mídias já existentes e consolidadas, e um dos marcos fundamentais foi a emergência da noção de rede, modificando as formas de participação e a própria idéia de comunidade, já que agora o público exerce a vigilância participativa. Para além do aspecto tecnológico, a criação de espaços destinados à participação do público, pelo envio de material produzido (textos, vídeos, fotos) ou comentários, está reconfigurando as práticas comunicativas na *web* e o próprio exercício do jornalismo. A multiplicidade de pólos emissores de conteúdo noticioso, propiciada pelo *boom* de sites atualizados constantemente por usuários, que atuam de forma ativa, enviando suas colaboração, leva a um questionamento sobre o papel desempenhado pelas audiências e leitores, que deixam de ser meros receptores de conteúdos, no modelo de “um para todos”, e tornam-se também produtores de um discurso. Sendo assim, a cidadania, entendida como possibilidade de participação ativa do indivíduo na cena política, atua em consonância com o acesso à informação, controle de sua distribuição e a liberdade de escolha do indivíduo.

Palavras chave

Jornalismo colaborativo, cidadania, participação política.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2 . Da *polis* à sociedade em rede: rumo à cidadania midiaticizada

2.1 A formação de uma esfera pública virtual

2.2 Jornalismo Cidadão: conceitos, características e dilemas

3. O MODELO *OPEN SOURCE*: “CADA CIDADÃO É UM REPÓRTER”

3.1 Formas de participação nas redes colaborativas: *OhmyNews* e *Overmundo*

3.2 Webjornalismo: de porteiro a vigilante

4. ATIVISMO EM REDE: CIDADANIA NA ERA DIGITAL

4.1 Eu-repórter e Conexão leitor: Você faz a notícia

4.2 Eleições 2010: Web como arena política - um estudo de caso

4.3 Matérias publicadas no site do O Globo

4.3.1 Notícia 1

4.3.2 Notícia 2

4.3.3 Notícia 3

4.0 Matérias publicadas no site do O Dia

4.4.1 Notícia 1

4.4.2 Notícia 2

4.4.3 Notícia 3

4.4.4 Conexão Leitor

4.4.5 Fotografia - Click do Leitor

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

REFERÊNCIAS

1 – Introdução

Este trabalho pretende questionar o modo como as ferramentas proporcionadas pela revolução digital e a democratização do acesso a elas alteraram o exercício do jornalismo, a construção das notícias e a participação do público neste processo.

Com o advento das novas tecnologias, Jornalismo Cidadão tornou-se um nome frequente, mas até que ponto a existência de uma ferramenta permite a difusão do acesso a ela? Qual o alcance da participação proporcionada pelas ferramentas colaborativas? A mídia converte-se em espaço simbólico de exercício da cidadania? Quais instrumentos utilizados pelos veículos de comunicação?

Analisar os aspectos relacionados à difusão de conteúdos e à participação dos “consumidores” de informação torna-se uma questão central para a compreensão dos fenômenos no campo da comunicação social. Definir o papel do jornalismo e a nova função que ele terá na era da “democracia” virtual, significa relacionar a utilização da tecnologia com os impactos sócio-políticos e culturais que a ela estão associados.

Ao alocar a informação como chave para o ingresso do indivíduo nas portas da *pólis* virtual, os veículos de comunicação produzem um discurso sobre si mesmos. Tentam, dessa forma, legitimarem-se como espaços públicos de discussão, tal qual a antiga praça das cidades-estados gregas, na qual ser cidadão equivalia a ter voz e debater com os outros, em condição de igualdade, os temas que influenciavam a participação do cidadão ativo na política.

Os discursos produzidos por estes meios de comunicação serão tomados como *lócus* privilegiado para a análise das estratégias retóricas e persuasivas, pondo em xeque se estas seções colaborativas são, de fato, locais de debate e consolidação de práticas que alicerçam a cidadania e a democracia. Será apenas uma forma de fidelização dos públicos em meio a enorme quantidade de pólos transmissores de uma gama variada de informação, diversa das apresentadas pelos *media* tradicionais e pelo *mainstream*?

O presente trabalho se inicia traça um histórico do conceito de cidadania, desde a antiguidade clássica até os dias atuais. O segundo capítulo pretende situar o conceito de

cidadania na história, fixando a relação entre as variáveis e os principais marcos temporais, da *pólis* grega até a cidadania midiaticizada.

Após percorrer a trajetória conceitual da cidadania, será apresentado o conceito de esfera pública, desenvolvido por Jürgén Habermas. A evolução dos *mass media* e das tecnologias que propiciaram o surgimento da sociedade em rede, proclamada por Manuel Castells serão relacionadas às mudanças no campo do jornalismo.

Rompendo as tradicionais barreiras entre produtores e consumidores da informação, o jornalismo trouxe a cena pessoas comuns, que passaram a contribuir com seus registros e percepções através do envio de fotos, vídeos ou arquivos de áudio, nas seções colaborativas dos grandes veículos, no tão proclamado *jornalismo cidadão*, conceito rodeado por dilemas e embates.

Tomando como foco o impacto que a internet exerceu sobre as formas de comunicação e expressão entre os indivíduos, ligados virtualmente através da noção de rede, no capítulo 3 será apresentado o modelo *open source*, adotado em portais como *OhmyNews* e *Overmundo*.

Serão destacadas as diferentes formas de participação nas redes colaborativas, relacionando tal prática à mudança no papel dos jornalistas, que passam de *gatekeepers*, ou seja, aqueles que selecionam a informação, a *gatewatchers*, os que fazem vigilância sobre os conteúdos publicados e enviados pelos colaboradores, já que “cada cidadão é um repórter”.

No capítulo 4, será traçado um breve histórico das práticas cidadãs em rede, desde a formação dos primeiros grupos de discussão, passando pela popularização dos blogs até os dias atuais, com a utilização do microblog *twitter* não apenas por grupos que partilham os mesmos interesses, mas também por empresas jornalísticas.

Será questionado se estes modelos de produção de conteúdos colaborativos estão influenciando as formas como os cidadãos participam dos debates sobre temas concernentes à vida pública. Será, que, de fato, estes fóruns criados pelos veículos de comunicação podem ser considerados espaço de exercício e reconfiguração das práticas cidadãs?

Cabe indagar se a abertura de espaço à contribuição cidadã nos veículos tradicionais constitui, de fato, possibilidade de criação de um fórum público de debate, local propício às práticas de ativismo político, sendo necessário estabelecer a distância entre a proposta de criação destas seções e o exercício da cidadania.

Ao abrir espaço destinado à participação do cidadão comum no processo de produção noticiosa, pode-se dizer que os sites potencializam as práticas democráticas? Ou trata-se apenas de uma estratégia contra a perda de audiência para as novas fontes de informação presentes no ciberespaço (*blogs, twitter*, dentre outros)?

A prática do jornalismo colaborativo, presente em diversos sites – como *Overmundo* (www.overmundo.com.br) e o *OhmyNews* (<http://english.ohmynews.com>), propicia o desenvolvimento do debate público e o exercício da “cidadania digital”?

Para responder a tais questões, será feito, nos subitens do capítulo 4, um estudo de caso do discurso que os veículos colaborativos apresentam em suas páginas da internet, nos quais características como a tentativa de atribuir ao cidadão o papel ativo na produção da notícia, o desejo de consolidar o espaço no qual os indivíduos podem opinar, debater e se informar de forma democrática são visíveis.

Para tanto, será feita uma comparação entre dois *websites* jornalísticos, um vinculado ao jornal *O Globo* (www.oglobo.com.br – Seção Eu -Repórter), de referência nacional, e o outro ao jornal *O Dia* (www.odia.com.br – Seção Conexão Leitor), de abrangência regional. Os dois jornais são voltados a públicos diferentes, sendo o primeiro dirigido a segmentos da elite, e o segundo, a estratos mais populares do Rio de Janeiro.

Como ponto de partida para a construção do debate em torno da relação entre jornalismo colaborativo e cidadania, foram escolhidos, a princípio, para estudo de caso, as seções “Eu Repórter”, do jornal *O Globo on-line* e “Foto Repórter”, do *Estadão*. Porém, estes exemplos revelaram-se pouco expressivos, tornando-se evidente a necessidade de elencar uma quantidade maior de veículos que abrem espaço à colaboração cidadã, a fim de se analisar as estratégias discursivas que estes apresentam ao público na tentativa de se legitimarem como fóruns de debate e de espaços dedicados ao exercício da cidadania.

Foram escolhidas a seção “Eu Repórter”, de *O Globo*, e a seção de jornalismo colaborativo do jornal *O Dia* “Conexão Leitor”, tendo como enfoque duas formas de

participação do usuário: o comentário feito nas notícias com temática de eleições presidenciais deste ano, além do envio de conteúdos (fotos, vídeos e matérias).

Foi realizada, durante o período de 13 a 30 de maio, a leitura diária dos *sites* do jornal *O Globo* e *O Dia*, com a posterior seleção e arquivamento das notícias sobre eleições presentes na página principal e também de assuntos relacionados à política nos espaços destinados à contribuição dos leitores.

Devido ao grande volume de material recolhido nas *home pages*, foram selecionadas as notícias que tiveram maior número de comentários e que suscitaram mais debates. Por outro lado, a ausência de contribuições significativas dos leitores sobre eleição fez com que fosse necessário ampliar o leque da análise e selecionar textos sobre questões políticas, na maioria dos casos, artigos de cunho opinativo e outros que discutiam a própria relação entre internet e eleições presidenciais.

Dando sequência ao arquivamento e seleção das notícias, além da leitura dos comentários, foram criadas categorias para classificar as notícias e as formas de participação do usuário. A etapa final foi a aplicação destas categorias para a análise do material selecionado.

O capítulo 5 deste estudo compreende as reflexões tecidas ao fim do período de estudo de caso e análise do material selecionado. De fato, verifica-se que a abertura de espaços colaborativos nos grandes veículos de comunicação do país e do mundo alteraram a percepção da sociedade em relação ao jornalismo e também o próprio exercício da profissão.

Apesar dos avanços no que tange à participação dos leitores e aumento da qualidade dos conteúdos enviados, não se deve proclamar cegamente que a possibilidade de participação e contribuição através do envio de notícias, fotos e vídeos é uma revolução em prol de uma sociedade plenamente democrática.

A possibilidade de contribuição gera, nos leitores, o desejo de produzir conteúdos e de fazer parte do ciclo de produção noticiosa, de fato. No entanto, muitas vezes, o espaço destinado ao leitor não é utilizado visando um debate público dos temas que estão na arena política.

Mesmo que em suas seções colaborativas os veículos proclamem –se como espaços em que “todo cidadão é repórter” percebe-se que há uma seleção do material que será publicado e que os conteúdos são julgados obedecendo à critérios de cunho jornalísticos. Universalidade, veracidade, relevância pública e imparcialidade são considerados diferenciais para a publicação dos conteúdos.

Ainda em estágio primário, a participação de leitores no que tange às questões de cunho político revelou-se pequena diante das contribuições que tem como tema o jornalismo hiperlocal, ou seja, assuntos ligados ao dia-a-dia do leitor e que podem ser “noticiados” diretamente, seja por um vídeo ou uma fotografia de celular. Política e economia são áreas mais abordadas nos espaços dedicados ao recebimento de artigos e opiniões.

Mantendo as devidas reservas, nota-se que a internet e a abertura de seções colaborativas potencializaram a participação dos usuários e leitores. Mas, para que a esfera virtual converta-se na *pólis* cibernética em que sejam debatidos, de forma crítica e consciente, temas de relevância para a sociedade, é preciso mais que disponibilizar as ferramentas: é necessário, pois, educar e ensinar a utilizá-las em prol da transformação.

2 - Da polis à sociedade em rede: rumo à cidadania midiaticizada

Para compreender a relação existente entre a mídia e a forma como é utilizada pelos agentes sociais na atualidade, é preciso, antes de tudo, destacar o conjunto de mudanças trazidas pela revolução tecnológica, além de relacioná-las com o período histórico em questão. Como afirma Bianco (2003: 3), neste contexto “a Internet adquiriu importância estratégica no modelo social forjado (...) e transformou-se num espaço social e cultural que permite estabelecer a comunicação entre distintos tipos de rede”.

As tradicionais formas de comunicação foram modificadas com o aparecimento das chamadas tecnologias da informação, que, com a *Web 2.0*, propiciaram o surgimento de um espaço marcado pelo reforço da troca de informações e colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais. Esta segunda geração da *World Wide Web*, caracterizada por uma maior participação dos cidadãos no debate dos temas presentes na esfera pública e até no estabelecimento de novos temas para discussão, através de ferramentas colaborativas e o acesso fácil a equipamentos com recursos multimídia, levou a um questionamento aos modelos de comunicação centrados na figura dos mediadores clássicos, como jornalistas, publicitários, radialistas, e etc.

Há diversas formas de explicar o surgimento desta segunda geração da *web*. Um de seus marcos fundamentais é a presença de novos códigos e ferramentas que possibilitaram uma comunicação com foco na interatividade, através de interfaces mais dinâmicas e experiências de navegação multimídia; razão que a distinguiria dos primeiros sítios eletrônicos.

O termo *web 2.0* foi utilizado pela primeira vez em outubro de 2004 pela empresa americana *O'Reilly Media* como nome de uma série de palestras sobre o tema, para denominar a segunda geração de comunidades e serviços na rede, referindo-se a novas plataformas e aplicativos.

Cabe destacar que embora dê a idéia de uma “nova versão para a *web*”, o termo não se refere às atualizações técnicas na rede, mas sim à mudança na forma com que esta é utilizada pelos usuários e seus desenvolvedores, já que a idéia de interação entra em cena.

As novas tecnologias desenvolvidas aumentaram a velocidade e a facilidade no uso

dos aplicativos da *web*, propiciando uma elevação exponencial na produção de conteúdos colaborativos. Usuários comuns e sem conhecimentos prévios de linguagens de programação específicas para publicação de conteúdos puderam, desta forma, publicar e produzir informação de forma rápida e eficaz.

Tal facilidade pode ser exemplificada nas plataformas de *blogs* e *wikis*, com interfaces completas e funcionais, de fácil assimilação, levando ao surgimento do conceito de *Consumer-Generated Media* (CGM), ou seja, mídia gerada pelo consumidor da informação. Atualmente, na internet, o CGM se faz presente em fóruns, lista de discussão, páginas pessoais, fotologs, sites colaborativos, além do *Youtube* e *Wikipedia*.

Cianconi (2009: 63) explica o surgimento do conceito, por Tim O'Reilly, fundador da *O'Reilly Media* e grande entusiasta dos *softwares* de código livre:

Para Tim O'Reilly, que criou o termo *web 2.0* em uma conferência em 2004, a nova fase da *web* começou a ser liderada pelas iniciativas que sobreviveram a bolha da Internet em 2001 (...) O'Reilly concluiu que os usuários da rede estavam privilegiando os serviços que exploravam a sua capacidade de participar e contribuir para a melhoria do serviço e desenvolvimento da *web*. (CIANCONI, 2009: 63)

Com o aprimoramento destes novos serviços visando colaboração em larga escala do público, passou a haver um maior engajamento dos usuários nos mais diversos ramos de produção de conteúdos, transformando o leitor, em co-produtor dos mesmos, gerando impactos culturais, sociais e até mesmo políticos.

Chadwik (2008: 16) afirma que a *web 2.0* possui importante função no contexto de uma maior participação política e no regime da democracia, dando a esta interface o aspecto de uma “*web social*”. Para o autor, a *Web 2.0* transformou a internet em plataforma para o discurso político, ao oferecer canais para colaboração entre usuários como *blogs* e *wikis*, tornando mais relevante a presença do público no mundo digital.

O discurso produzido é compartilhado através de grupos de discussão, envolvendo aspectos políticos através daquilo que Lévy (1998: 203) chamou “*inteligência coletiva*”: haveria um aumento da consciência política através desta rede de pessoas interligadas e a

natureza cívica seria estimulada nestes grupos emergentes em favor da cidadania e defesa da democracia.

Antecipando os estudos sobre a relação entre mídia, tecnologia, e os impactos sociais de sua forma de utilização, Manuel Castells afirmou que já no início nos anos 1970, começaram a ser desenhadas as marcas de uma nova fase para as comunicações. O avanço possibilitado pela consolidação das tecnologias da informação e a globalização das trocas econômicas levaram ao surgimento da chamada *sociedade em rede*, definida pelo autor como “um sistema dinâmico suscetível de inovação sem ameaça ao seu equilíbrio”. (CASTELLS, 2007:566).

Cabe, entretanto, destacar que a mídia, tal como entendida hoje, não se caracteriza apenas pela convergência entre diversas tecnologias e inovações. Na verdade, é, segundo Castells, um novo sistema, uma nova forma de organização social. Inspirado nesta teoria, Cardoso (2008:16) afirma que a internet pôs em xeque as mídias tradicionais, alterando os fluxos de informação e as formas de participação do público.

Se para Castells (2007: 72), “as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais (...) e a comunicação mediada por computador gera uma gama enorme de comunidade virtuais”, neste ambiente, ocorre a transição de uma sociedade da informação para a sociedade em rede, na qual a “autonomia das escolhas de decisão esta diretamente ligada com a capacidade de interação e a mídia”. (CARDOSO, 2008: 28).

Associada às inovações tecnológicas e a sua difusão, os processos comunicativos passaram a se organizar, cada vez mais, “em torno de redes (...) que constituem a nova morfologia social (...) e desempenham papel central na caracterização das sociedades na era da informação”. (CASTELLS, 2007: 566)

A possibilidade de integrar novas mídias e gerar comunicação em nível global, para alguns autores, agiu diretamente na forma como as populações se manifestam e expressam seus anseios e aspirações, alterando o exercício da cidadania, agora “mediada” pelas tecnologias da sociedade em rede. Como ressalta Cardoso:

A questão central é até que ponto esse aumento da possibilidade de acesso, do tempo de exposição e de interação diária com a mídia é ou não propiciador de um aumento da nossa autonomia, e em

última análise, do exercício da nossa cidadania nas suas múltiplas formas. (CARDOSO, 2008: 29).

A maior participação de cidadãos através das redes estimulou a troca de experiências e opiniões entre os produtores e consumidores de informação, levando a *Web 2.0* a ser considerada um marco na participação dos leitores no espaço público em que se tem configurado a internet. Diversos meios de comunicação tradicionais abriram-se à utilização de ferramentas que possibilitam, cada vez mais, produções colaborativas.

De fato, os impactos da utilização da internet nas empresas jornalísticas foram potencializados pela difusão da *web 2.0*, que, baseada na idéia de que o sujeito que lê é o mesmo que pode produzir conteúdos, conferiu ao jornalismo o conceito de *open source*. A idéia é de que, assim como os fenômenos comunicativos no campo social mais geral estão sendo reconfigurados com a participação ativa dos cidadãos numa nova esfera pública instituída pela internet, o jornalismo também passa por transformações profundas ao se deparar com este novo cidadão.

Castells (2007: 572) explica este processo relacionando-o com a dimensão do poder:

Como a informação e a comunicação circulam basicamente pelo sistema de mídia diversificado, porém, abrangente, a prática da política é crescente do espaço da mídia, no qual a liderança é personalizada e a formação da imagem é geração de poder. (CASTELLS, 2007: 572)

Compreender a íntima relação existente entre as novas formas de comunicação e sua utilização social é um caminho para o entendimento das questões políticas debatidas, com fervor, na esfera pública virtual. Além disso, definir o papel do jornalismo e a nova função que ele terá na era da “democracia” virtual significa relacionar a utilização da tecnologia com os impactos sócio-políticos e culturais que a ela estão associados.

2.1 A formação de uma esfera pública virtual

Para que se possa compreender a relação atual existente entre o debate público na *web* e o possível exercício da cidadania, é necessário traçar um breve histórico do conceito. Será, que, de fato, a sociedade em rede pode ser considerada um modelo de esfera pública virtual? Para desenvolver tal questão, é preciso rever o conceito clássico de cidadania, levando em consideração, por sua vez, o conceito de esfera pública, desenvolvido por Jürgén Habermas. Sabe-se que cidadão é aquele indivíduo que, inserido na sociedade, goza dos direitos civis e políticos plenos de um Estado. Porém, é preciso destacar que a cidadania é um conceito polissêmico que adquiriu diferentes significados, de acordo com o momento histórico em questão.

De forma ampla, a cidadania compreende a reunião dos direitos e deveres aos qual o indivíduo está ligado em determinada sociedade, estando diretamente relacionada aos direitos políticos que permitem ao ser agir socialmente e participar de questões relativas ao exercício da administração pelos governos e na esfera da vida pública. A idéia de cidadania remonta à Idade Antiga.

Na Grécia Clássica, era considerado cidadão todo aquele que fosse capaz de opinar sobre os temas debatidos na *ágora*, a praça, e era necessário que o indivíduo fosse livre e não necessitasse trabalhar para poder sobreviver. Era, assim, restrito o número de cidadãos, deixando mulheres, comerciantes, artesãos, escravos e estrangeiros à margem. De forma geral, a cidadania na Grécia era associada aos direitos políticos, ou seja, à participação nos assuntos e decisões relativos à vida pública.

Na *polis* clássica, todo homem deveria ser igual perante a lei. Perder acesso à vida pública era privar-se desta igualdade, e o ser alijado de sua cidadania ficava submetido à esfera privada, sob o domínio paternalista e da religiosidade doméstica. As cidades-estados gregas e romanas absorviam os indivíduos e os cidadãos formavam o corpo político da cidade, exercendo seus direitos através da participação ativa na vida pública. Em Roma, a cidadania era atributo apenas dos homens livres, mas nem todo homem livre poderia ser considerado cidadão: os patrícios possuíam a cidadania; os plebeus, não.

A idéia clássica de cidadania foi seriamente afetada durante a Idade Média, caracterizada por uma sociedade estamental (dividida em estamentos: clero, nobreza e servos, além dos homens livres) em que predominavam as relações de vassalagem e suserania. A retomada da noção de cidadão acontece na Idade Moderna, com a formação dos estados nacionais a partir do século XVI. Neste período, houve o questionamento das estruturas vigentes e do poderio atribuído à religião, através de pensadores que se opunham à antiga ordem, como Rousseau, que defendia um governo democrático, com participação popular e igualdade de direito entre as classes. Pode-se afirmar que o surgimento e a consolidação dos Estados nacionais favoreceram a definição de quem seriam os cidadãos, membros do Estado. À chegada do Absolutismo corresponde um novo estado de direito, segundo o qual “todos têm direitos iguais perante a constituição”, gerando, assim, uma grande mudança no conceito de cidadania.

Os pensamentos de oposição ao Antigo Regime Absolutista encontram solo fértil na Revolução Francesa, e o documento símbolo deste período é a Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, que, como informa o preâmbulo, se destina a resgatar os direitos naturais dos homens, que estavam esquecidos. Direitos esses que estão elencados no artigo 2º: liberdade, a propriedade, a segurança e a resistência à opressão (o último logo esquecido). Ser cidadão significa possuir direito como indivíduo sob comando de um Estado regulamentado por leis; a figura de súdito do reino perde espaço para a de cidadão.

Cecília Peruzzo (1998:58) traça uma distinção entre a concepção liberal de cidadania e a proposta por Rousseau no século XVIII: enquanto o primeiro se pauta na individualidade e considera as esferas privadas e públicas estanques, desvinculando o ser do engajamento político, o segundo vê a cidadania como direito político e ação.

Quando se relaciona as possibilidades de engajamento político proporcionadas pelas novas mídias, muitos autores retomam o conceito de esfera pública de Jurgên Habermas, associando-o ao espaço de debates de temas de relevância social em que a internet se converteu.

Segundo Cianconi (2009:16), as iniciativas voltadas ao desenvolvimento de ambientes, serviços e comunidades *on-line*, especificamente “para promover a inserção do cidadão nos assuntos públicos, em uma perspectiva de (...) definição de planos, metas e

políticas públicas”, vêm surgindo em todo o mundo e têm alterado a noção de cidadania e participação política.

Segundo a teoria da Esfera Pública, apresentada e desenvolvida pelo sociólogo alemão Habermas, há uma distinção entre a esfera do poder público como pertencente ao Estado, “onde reside o poder público que opera sob voz de comando, força e ordem” (CIANCONI, 2007: 29) e a propriedade pública, que evita a apropriação dos bens considerados públicos, da esfera da opinião pública, onde são debatidos os temas políticos e se propaga a voz dos interesses privados. A idéia conceitual de público nesta teoria refere-se à noção de visibilidade, coletividade, acessibilidade, em detrimento do que é privado e restrito. Seguindo a concepção habermasiana, “o espaço público político é descrito como uma ‘caixa de ressonância’, capaz de ecoar os problemas a serem elaborados e desenvolvidos pelo sistema político”. (CIANCONI, 2009: 30)

Habermas (*apud* CIANCONI, 2009: 29) ainda divide a esfera pública em: esfera do poder público, que é o legítimo detentor da propriedade pública, que se expressa pelo monopólio do uso da força, e que é o responsável pela administração da sociedade; esfera da opinião pública, constituída pelos interesses privados, onde reside a sociedade que se contrapõe ao poder público. Seguindo esta concepção, o sociólogo alemão ainda distingue os tipos de esfera pública existentes:

[...] esfera pública episódica (bares, cafés, encontros na rua); esfera pública de presença organizada (encontro de pais, público que frequenta o teatro, concertos de Rock, reuniões de partido ou congressos de igrejas) e esfera pública abstrata, produzida pela mídia (leitores, ouvintes e espectadores singulares e espalhados globalmente) (HABERMAS *apud* MAIA, 2000:5).

Com o avanço do capitalismo, este sistema acabou, segundo Habermas, levando a uma privatização do espaço público, ou seja, não sendo possível distinguir o espaço público destinado ao indivíduo e à família do que pertence ao consumo e ao mercado. A esfera pública torna-se meio de propaganda sobre pessoas privadas, assumindo um caráter político:

Em paralelo a este fenômeno de privatização do público, ocorre o oposto, ou seja, a estatização da esfera privada, como resposta do poder público como forma de intervir nas relações de poder, pacificação dos conflitos, e governabilidade, no esforço por conservar um espaço público de comunicação sem vícios. (CIANCONI, 2009: 34)

O surgimento de um “espaço público virtual” a partir dos anos 90 (CIANCONI, 2009: 46) ofereceu possibilidades para o desenvolvimento da sociedade civil. De acordo com Habermas (*apud* CIANCONI, 2009: 46):

Devido às características de sua configuração, a mídia tradicional não é o espaço da discussão, mas de uniformização das idéias, do convencimento, de exposição pública das opiniões das classes dominantes, da tentativa de naturalização destas opiniões como sendo de toda a sociedade, e da tentativa de neutralização da capacidade crítica de outras classes sociais.

No contexto de advento de novas tecnologias que possibilitaram o surgimento de grupos de discussão, troca de informação em tempo real e surgimento de movimentos de reivindicação em mídias sociais, muitas páginas de veículos tradicionais destinaram espaços aos seus leitores, apresentando a si mesmos como espaços de debate e fortalecimento da democracia. As ferramentas de publicação presentes na rede alteraram o modo como as pessoas consomem e produzem informações, fazendo com que os internautas deixassem de ser meros receptores de conteúdos, tornando-se, muitas vezes, seus criadores, através de *blogs*, *podcasts*, *flogs* e *vlogs*.

Segundo Abreu (2007: 26), a associação da mídia como agente fortalecedor da democracia se deu após o fim do regime militar (1964 – 1985) no Brasil, com a queda da censura institucionalizada na figura dos governos autoritários, o que possibilitou a afirmação da mídia como espaço de construção da cidadania. Verificou-se um incremento no debate público sobre acesso à justiça e ao direito dos cidadãos, ganhando destaque o papel da imprensa, que tentava legitimar sua própria ação. Neste contexto, a informação

passou a ser vista como elemento fundamental para que o indivíduo fosse capaz de exercer plenamente seus direitos:

Veículo que fornece informações aos cidadãos e simultaneamente lhes dá a possibilidade de levar suas demandas aos responsáveis pelas decisões que afetam a vida em sociedade (...) dando visibilidade à coisa pública (...) condição da democracia. (ABREU, 2007: 26)

Em paralelo à redemocratização no Brasil, a queda dos regimes ditatoriais na América Latina permitiu que o acesso à informação pudesse ser considerada como forma de exercício da cidadania, seguindo a perspectiva de Amartya Sen ¹ (2000), segundo a qual uma maneira de garantir um estado democrático, com a participação de cidadãos ativos, é a liberdade de escolha, acompanhada de capacidades e oportunidades. A falta de oportunidade de acesso à informação prejudicaria, assim, o exercício da democracia.

Na atual sociedade, marcada pela rápida produção e difusão de conteúdos por meio das redes digitais, as formas tradicionais de exercício da cidadania passaram a ser questionadas. Para Juan Beneyto (1974:70), para que possa ser considerado cidadão, o homem contemporâneo necessitaria dispor das fontes informativas que lhe permitissem conhecer os fatos para, em seguida, tecer considerações sobre os acontecimentos.

O retorno às condições democráticas no fim dos anos 80 trouxe consigo a idéia de um jornalismo de utilidade e responsabilidade social, no qual, segundo Abreu (2007: 32), a ação jornalística deveria atender aos interesses do cidadão, agindo como mediadora na sociedade, por meio de uma maior aproximação com os públicos.

As mudanças na relação entre produtores e consumidores de informação começam a se modificar drasticamente já nos anos 90, com o aumento considerável do número de jornais que abriram espaço para reivindicação de leitores, em colunas, páginas de serviços ou através do envio de cartas. Ao selecionar o veículo através do qual vai tomar consciência

¹ 1 Prêmio Nobel em Economia/1998.

do que se passa no mundo, o indivíduo estaria também modificando as possibilidades e formas de exercício da cidadania, conceito intimamente relacionado ao acesso à informação.

Nessa perspectiva, a popularização da internet, através de suas potencialidades, possibilitou a emergência de um novo tipo de interação dos públicos com as mídias, através de uma maior participação dos cidadãos no espaço público, através do chamado jornalismo cidadão.

Segundo Carvalheiro (2000: 5), tal contexto levou ao surgimento de uma cidadania midiaticizada, ou seja, aquela em que o conjunto de práticas pelas quais se articulam os direitos dos cidadãos perpassa os sistemas de comunicação. A associação de valores como liberdade, escolha e acesso à informação aos *media* nas sociedades contemporâneas faz com que a cidadania seja considerada parâmetro fundamental para a democracia, contemplando direitos civis e políticos.

Seguindo esta linha de raciocínio, o autor afirma que sem os meios de comunicação, é impossível ao cidadão concretizar adequadamente os direitos e liberdades de expressão, associação, reunião e intervenção em assuntos públicos (cidadania cívica), assim como avaliar e eleger os seus representantes ou adquirir, ele próprio, capacidade para ser eleito (cidadania política).

A intensidade democrática se relacionaria a uma equilibrada representação dos grupos sociais e sua participação no debate público, além do poder de denúncia de combate às formas de dominação social. Filiado à tese habermasiana, Carvalheiro define que os *media* são aspecto central no conceito de espaço público, ou seja, palco de relações entre cidadãos e grupos sociais, e não apenas a comunicação entre Estado e sociedade, além do espaço em que a produção e apropriação de informação e a construção cultural de sentidos vai, por sua vez, (re) definindo a própria matriz de relações sociais.

Este espaço público midiático desempenha um papel na construção social dos cidadãos, ao difundir modelos culturais e ideológicos que contribuem para definir os alicerces da própria cidadania. Nesta construção da cidadania intervém toda uma gama de produtos culturais e não apenas a informação que tem óbvia relevância para o exercício dos direitos cívicos e políticos.

Desta forma, o sentimento de ser cidadão, antes associado à idéia de pertencimento à determinada comunidade e territorialidade e definido pelas relações locais e pela atuação do Estado passou a ser intercambiado pela mídia, no chamado processo de mediatização (MATTA: 1999), no qual acontece uma significativa tendência de substituição das instituições oficiais – partidos, órgãos governamentais, instâncias judiciais – como lugares para a representação cidadã, pelos meios massivos de comunicação. Segundo Matta, “os meios proclamam-se como o espaço para exercer o direito à cidadania. O espaço que supre a carência de cidadania”.

2.2 - Jornalismo Cidadão: conceitos, características e dilemas

O Jornalismo Cidadão é um dos vários termos usados para designar a produção e a difusão de informação por cidadãos que não têm formação jornalística ou que não estão ligados a veículos de comunicação tradicionais. Este tipo de comunicação fortaleceu-se com o aparecimento das chamadas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), o que se reflete em novas formas de interação e participação do público no ambiente virtual. Como explica Frederico Correia, “a informação pertence a quem a encontra e pode ser transmitida por todos, necessitando, para tal, apenas de uma ligação à Internet” (CORREIA, 2008:5)

Mas Jornalismo Cidadão, um dos termos que mais se destacam no debate sobre este novo cenário comunicacional, é acompanhado dos embates a que qualquer conceito é passível quando está ainda em fase de consolidação. Sendo assim, concorre com outras várias denominações, tomadas como capazes, segundo seus respectivos defensores, de garantir o entendimento desta participação do cidadão na produção do que vem sendo chamado, indiscriminadamente muitas vezes, de notícia. Outros termos utilizados para nominar este conceito são *networked journalism*, *open source journalism*, *grassroots journalism*, *participatory media* e *participatory journalism* (CORREIA, 2008:13), definido como:

O ato de um cidadão, ou grupo de cidadãos, exercer um papel ativo no processo de coletar, relatar, analisar e disseminar notícias e informação. O objetivo com essa participação é proporcionar a informação independente,

confiável, precisa, abrangente e relevante que a democracia exige. (BOWMAN & WILLIS, 2003: 9) ²

Para Jeff Jarvis ³, professor da Universidade de Nova York, ao invés de “Jornalismo Cidadão”, deve utilizar-se o termo “Jornalismo em Rede”. Assim, segundo ele, é possível explicar o processo que envolve uma participação ativa dos cidadãos no processo de produção da notícia sem eliminar o trabalho do profissional da comunicação, que deve utilizar os tais conteúdos como “pistas para a investigação jornalística”. Cabe ressaltar que, muitas vezes, Jornalismo Cidadão é também confundido com Jornalismo Cívico:

Há também quem diga que o jornalismo cidadão tem a cidadania como temática. Ele envolve a questão de cidadania, na medida em que as pessoas assumem seu espaço na comunidade ao participar da produção de notícias e da comunicação, mas a prática ultrapassa os limites dos temas sociais ou cívicos e envolve qualquer campo do conhecimento humano. (TADEI, 2006: 18)

Para que seja possível a compreensão do conceito, é necessário apresentá-lo em suas possibilidades de significação. Seguindo a abordagem proposta por Tadei (2006), há características na forma de participação que permitem distinguir o tipo de jornalismo que é publicado, dentre eles *o jornalismo participativo* (presente quando matérias publicadas por jornalistas incluem comentários dos leitores e estes participam da construção da notícia, como nos blogs), *o jornalismo colaborativo* (se aplica quando mais de uma pessoa colabora para o resultado final do que é publicado, seja em textos, vídeos ou imagens), *jornalismo de código aberto* ou *modelo open source* (feito em sites que possuem “fonte aberta” e permitem ao internauta alterar o conteúdo da página, como os wikis) e, por fim, *o*

² “The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires”.

³ Em entrevista concedida pelo professor ao jornal português *Público*. Disponível em: <http://ultimahora.publico.clx.pt/noticia.aspx?id=1290049&idCanal=1453>, acesso em 21/04/2010.

jornalismo grassroots (refere-se à participação na produção de conteúdo pelas camadas da população que não atuam nas decisões da sociedade).

Ao lado da dificuldade em se definir o Jornalismo Cidadão como prática homogênea, há o questionamento sobre o papel que o jornalista assumirá no chamado modelo *open source*, caracterizado pela idéia de que “o sujeito que lê é o mesmo que escreve as notícias, compartilhando responsabilidades e tendo no envolvimento pessoal sua principal moeda de troca” (LORDELLO, 2007:9).

Sílvia Moretzsohn (2006:20), entretanto, afirma que a democratização na produção de conteúdos pelos cidadãos não elimina o papel do jornalista como um mediador no contexto da comunicação. Para a autora, a contribuição do público é, sem qualquer dúvida, fundamental, não como matéria-prima em si, mas sim como fonte de informação a ser investigada. Seguindo esta perspectiva, a principal mudança trazida pelo modelo colaborativo seria a possibilidade de crítica às notícias e o maior alcance da participação pública, antes restritas à seções como “Cartas do leitor”. Apesar das colaborações terem papel central, para Moretzson, ao jornalista caberá sempre atuar de acordo com os princípios de ética e veracidade, evitando os riscos de deturpação que podem ser provocados pela utilização cega de materiais enviados e publicados sem seleção prévia.

3 - O modelo *open source*: “cada cidadão é um repórter”

A passagem de um modelo comunicacional centrado na figura do jornalista para o *open source* trouxe à tona o debate sobre as potencialidades das mídias colaborativas e seu impacto político na chamada “sociedade em rede”, na qual, segundo Castells (1999:51), “as novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos”. Neste sentido, a consolidação do uso da Internet e de outras mídias deve ser entendida como a criação de um espaço mais amplo para a produção de notícias e para o discurso político que ultrapassa as barreiras geográficas e incrementa a oportunidade daqueles que não fazem parte do *mainstream* (REESE *et alli*, 2005:3).

Ao abrir para o público a possibilidade de “avançar sobre o território editorial, assumindo as pretensões informativas de um noticiário padrão”, o modelo *open source* quebraria “o monopólio do controle sobre os meios de publicação, ao que cabe um paralelo à produção colaborativa de softwares por comunidades que partilham os mesmos interesses e habilidades” (BAMBRILLA, 2005:92).

Se, por um lado, o tradicional jornalismo de massas se constrói com base na lógica transmissiva da comunicação, o jornalismo participativo, através da interatividade, prioriza a “interlocução de emissores e receptores na configuração das mensagens” (JARDIM, 2005: 2), ou seja, promove a mediação social entre produtores e consumidores da informação jornalística. O jornalismo, combinando as dimensões de poder e cidadania, encontraria no ambiente virtual “um espaço propício para a superação dos obstáculos impostos pelo método convencional, como as limitações de espaço e tempo (...), explorando diferentes formatos midiáticos” (LORDELLO, 2007:5).

O fim das limitações de espaço e a possibilidade de existência de diversos caminhos de leitura definidos pelo internauta, como no caso dos hipertextos, alteraram a escrita da notícia, gerando debates em torno do modelo tradicional. Para João Canavilhas (2005:7), “usar a técnica da pirâmide invertida na web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação”.

Ele defende o uso de todo o potencial da web por parte do jornalista, como a criação de novas modalidades de leituras e estabelecimento de ligação entre textos e outros

elementos multimídia e a passagem de uma “pirâmide invertida” para uma estrutura horizontal, a “pirâmide deitada”, que permite ao leitor “navegar dentro da notícia, fazendo uma leitura pessoal” (CANAVILHAS, 2001:16).

As mudanças nos veículos digitais acabaram por influenciar os impressos, em uma relação de trocas mútuas:

No início do *boom* dos jornais digitais, havia apenas a transposição dos diários impressos para a rede das redes, logo começou uma tímida exploração da hipermídia em partes de sites jornalísticos que passaram a exibir alguns produtos diferenciados, como atualização de notícias e infografias tridimensionais estáticas e, depois, em movimento. Ainda hoje, com o desenvolvimento do jornalismo digital em curso, é comum observar reproduções de idéias que surgem no ciberespaço para cativar e seduzir o usuário (...). Jornais e revistas impressos, por exemplo, espelham-se na arquitetura web dos sites jornalísticos para atender um leitor cada vez mais sem tempo. Os textos pílulas dispostos para facilitar a leitura lembram *links* que dão acesso a diversas pequenas janelas contendo, em cada uma delas, uma informação sobre o assunto em pauta. (QUADROS, 2005: 6)

Para Shayne Bowman e Chris Willis, autores de “*We The Media*”⁴, em tempos de jornalismo participativo, o modelo *broadcast* (de um para muitos) tende a ser ultrapassado pelo de “rede pensante”, na qual todos os envolvidos no processo comunicativo representam forças equivalentes (2003:11). Em consonância com estas transformações estruturais, há também que se considerar as mudanças econômicas, já que na web não se paga pela informação a que se tem acesso:

No ciberespaço, ainda que muitos insistam em tratar a informação somente como negócio, a descentralização do meio permite que o internauta encontre (...) alternativas para saber mais sobre determinado assunto e sem precisar pagar nada por isso (...). Dessa forma, ele ganha experiência e torna-se também responsável por mudanças no *status quo* do jornalismo (QUADROS, 2005: 5).

4 Disponível em www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

Acesso em 12/03/2010

Ao lado do debate da potencialidade das ferramentas tecnológicas, fortaleceu-se a idéia do ciberespaço “enquanto lugar mítico para o desenvolvimento de uma democracia mais avançada” (MOSCO, 2006:79). Mas, não se pode incorrer no risco de louvar de forma acrítica a tecnologia, atribuindo-lhe um papel desmesurado como ferramenta das mudanças nas práticas comunicativas, pois “delegar à tecnologia a liberdade para publicar (...) soa demasiado determinístico por excluir fatores sociais que permeiam o ambiente digital”. (BAMBRILLA, 2005: 90). Moretzsohn complementa dizendo que, apesar da importância e influência das inovações tecnológicas na comunicação, “o ciberespaço reproduz as relações de poder que estão na sociedade” (2006:4). Há de se considerar, portanto, que a assimetria das relações sociais tem também sua reprodução no espaço virtual construído pelas tecnologias.

Entre a visível oposição daqueles que louvam o potencial democrático das mídias colaborativas e a dos que negam a importância das mudanças que o Jornalismo Cidadão está trazendo para o exercício da profissão, pode-ser ver claramente a tentativa de tradicionais órgãos de comunicação atraírem a participação dos leitores, utilizando-se de ferramentas para produções colaborativas. É notório que “o jornalismo *open source* veio provocar uma instabilidade em um modelo restritivo” (LORDELLO, 2007: 9).

Para Neil Truman (2008:7), o desenvolvimento destes sites com conteúdo gerado por internautas através de ferramentas de baixo custo e de difusão *on-line* auxiliou o rápido crescimento de sites populares e independentes, que estão ocupando as lacunas deixadas pelos *media* tradicionais. Este contexto de mudanças desenvolve no Brasil entre os anos de 1995 e 2005:

(...) o impacto das tecnologias avançadas da comunicação se refletiu nas rotinas produtivas de todos os meios de comunicação de massa, e os jornais digitais evoluíram apesar da inaptidão da maioria deles com relação à interatividade. Neste ínterim, surgem os blogs para reanimar os usuários da Internet com um livre fluxo de informação. A informalidade, uma característica evidente dos blogs, também incentivou a participação do leitor, elevando-o, de fato, à categoria de usuário. (QUADROS, 2005: 3)

Com as possibilidades de interação no ciberespaço e em um contexto em que poucos jornais e revistas, de fato, interagiam com o usuário, houve uma preocupação cada vez maior com a segmentação dos públicos, que agora teria sua atenção disputada por diversas fontes de informação distintas:

Os meios de comunicação tradicionais e as suas versões digitais voltam a se preocupar com a possível migração de sua audiência para blogs ou outras experimentações interativas na rede mundial dos computadores. Na tentativa de reconquistar e/ou ampliar o seu público, empresários da comunicação olham com mais seriedade as mudanças em seu entorno, buscando adaptar e até criar algumas idéias que atraiam o usuário/leitor/telespectador/ouvinte. (QUADROS, 2007: 9)

No âmbito destas transformações, diversos grandes nomes do jornalismo, em todo o mundo, passaram a apostar em um modelo de comunicação colaborativo, abrindo espaço à participação dos leitores em suas versões *on-line*, como é o caso de dois dos principais jornais do mundo, *New York Times* e *El Pais*.

Entretanto, um questionamento que deve ser feito é se os conteúdos produzidos pelos cidadãos e enviados aos sites dos veículos de comunicação tradicionais e às vezes aproveitados em suas versões impressas, como textos, fotografias, vídeos e áudios, podem ser, necessariamente, considerados jornalísticos. Pode-se perguntar se tais conteúdos adequam-se ao que tradicionalmente deu-se o nome de “notícia”.

Para Mário Erbolato (1991), por exemplo, a notícia, a matéria-prima do jornalismo, deve ser recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público. Já Nilson Lage (1998) considera que, do ponto de vista da estrutura, a notícia se define, no jornalismo moderno, como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante.

Tomadas estas duas conceituações, é possível dizer que os cidadãos, ao selecionarem o que enviarão aos jornais, se submetem à lógica jornalística? Ou seja, eles têm introjetado, conscientemente ou não, o que pode ser de interesse jornalístico?

Neste debate vale a pena incluir a discussão feita por Carlos Castilho sobre notícia, a partir do trabalho do sociólogo Pablo J. Boczkowski, do MIT, publicado no livro

Digitizing the News. Para ele, a notícia está deixando de ser exclusividade do jornalista para ser cada vez mais um produto da interatividade social:

O novo conceito de notícia que está emergindo das experiências informativas na web está apoiado na idéia de participação do público, que até agora estava limitado a um papel mais ou menos passivo. Com isto a notícia passa a ser, cada vez mais, um processo em vez de algo estático. ⁵

Castilho quer dizer que o jornalista é apenas o iniciador do processo de construção da notícia, sob este novo modelo. Já o público, por meio de comentários, correções e adendos, desenvolve o resto, tornando a notícia um conteúdo em construção.

3.1 - Formas de participação nas redes colaborativas: OhmyNews e Overmundo

Com base na discussão acima, a participação dos internautas com produções colaborativas pode se dar, em termos gerais, através de duas formas. Na primeira, a produção do conteúdo é realizada pelos cidadãos, ainda que, na maioria dos casos, a publicação na Internet esteja submetida a um mediador, jornalista ou não. O exemplo mais palpável deste tipo de participação se concretiza no site sul-coreano OhmyNews (www.ohmynews.com), pioneiro do Jornalismo Cidadão, fundado em fevereiro de 2000.

A característica fundamental do jornal é que seu conteúdo é produzido por cerca de 60 mil “colaboradores” espalhados mundo afora, cidadãos que, tendo testemunhado certos acontecimentos, enviam textos, fotos e vídeos para a publicação, podendo inclusive ser remunerados por isso.

Não é à toa que o lema do jornal é: “cada cidadão é um repórter”. A produção dos repórteres-cidadãos é, antes de publicada, submetida à checagem realizada por cerca de 65 jornalistas que compõem a redação do OhmyNews.

⁵ Texto disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=277ENO001>. Acesso em 12/03/2009

O site pode ser definido como colaborativo, ou seja, apresenta “alto grau de interatividade, de modo que os conteúdos são construídos em parceria” (BRITTES, 2004: 9). No *OhmyNews*, essa interatividade se faz presente pela possibilidade de uso de enquetes, contato com jornalistas, comentários em fóruns e a chance de o usuário indicar a qualidade da notícia. A colaboração não se dá apenas pelo envio de notícias (a edição e publicação são de acesso exclusivo da equipe mediadora do *website*), havendo mudanças na atuação do jornalista, antigo *gatekeeper*:

Nesse contexto, em que o público passa a ter outras alternativas para buscar e divulgar um fato, o papel dos *gatekeepers* – conceito criado por Kurt Lewin para se referir aos editores que decidem o que deve ou não fazer parte do fluxo de informação - é reavaliado para explorar o potencial comunitário e agregador da nova tecnologia. (QUADROS, 2005: 3)

A experiência exitosa do site sul-coreano inspirou iniciativas iguais em outros lugares do mundo, como é o caso do *MyNews* (www.mynews.com), na Índia, e o *Orato* (www.orato.com), nos Estados Unidos. E é com o mesmo princípio colaborativo que funcionam sites como *Digg* (www.digg.com) e *WikiNews* (<http://pt.wikinews.org>). No Brasil, um bom exemplo é o site *Overmundo* (www.overmundo.com.br). Neste, existe um blog através do qual se pode debater as regras do próprio site e os próprios usuários fazem a mediação sobre o conteúdo, através das filas de edição e votação, o usuário tem acesso à publicação, “já o acesso à edição é parcial devido à fila de edição não permitir interferências de demais usuários no texto físico da notícia. Somente o autor da notícia pode editar a notícia”. (JARDIM, 2005: 68). Apesar das diferenças existentes entre os tipos de publicação, é possível caracteriza-los em modelos:

O *OhMyNews International* é denominado como um modelo híbrido que une o jornalismo profissional e o jornalismo cidadão. Enquanto o *Overmundo* transita entre o modelo híbrido e um modelo que há maior liberdade no processo de realização da notícia. (JARDIM, 2005: 72)

3.2 - Webjornalismo: de porteiro a vigilante

Foi em função deste novo quadro de participação dos cidadãos, acentuado massivamente também através dos *blogs*, *fotologs*, *videologs*, que - como já disse Quadros acima - os veículos tradicionais, através de suas versões *on-line*, abriram a possibilidade de participação de seus públicos. Está aqui caracterizada, para nós, a segunda forma como os cidadãos atuam colaborativamente na produção de conteúdo. E esta colaboração pode se dar basicamente através de dois modos: pelos comentários e acréscimos às notícias produzidas pelos jornalistas ou através de produção própria de textos, fotografias, áudios e vídeos.

Para que seja possível problematizar a função que o jornalismo participativo tem desempenhado nos principais meios de comunicação, é preciso identificar as principais atribuições desta forma de comunicação. Se no período anterior ao advento da *Web 2.0* a imprensa atuava como “*gatekeeper*”, ou seja, decidindo a que informações o público teria acesso ou não, de acordo com sua relevância, segundo Kovack (2004:22), com a era digital, “a noção de ‘imprensa guardiã’ (tradução de *gatekeeper*) não mais deve ser utilizada”.

Kovack (2004:23) identifica também que “o novo jornalista já não decide o que público deve saber, ajuda-o, antes, a ordenar as informações”, ou seja, atua como mediador, em um processo em que o leitor não mais consome a notícia, mas age como co-produtor da mesma, ou ainda como “*gatewatcher*”, exercendo seu papel de crítica através da participação nos temas presentes na mídia.

Nas palavras de Bruns (2005), são os usuários os responsáveis por avaliarem e discutirem as informações presentes em diferentes portais e nas produções colaborativas, numa mudança também assinalada por Primo (2006): o leitor, “de porteiro, passa-se ao vigia”.

Seguindo esta mesma reflexão, identifica-se no jornalismo colaborativo as funções de “levar informações a locais nos quais o jornalismo de massa não chega”, “corrigir erros cometidos em notícias enviadas” e as notícias, por serem marcadas por um ponto de vista pessoal, não frequentes no jornalismo de massa, favorecem uma descentralização da mediação social (JARDIM, 2005:67).

A centralização em um pólo emissor da produção midiática, marca dos meios de comunicação de massa, por conseguinte, pode coexistir ou ser substituído pelo modelo colaborativo, no qual internauta torna-se *produser*, termo criado por Bruns (2005) para designar o papel de consumidor e produtor das notícias que os cidadãos possuem. Para Jardim, a figura do *gatewatcher* pode ser vista no *website OhMyNews International* (OMNI), já que este site possui uma equipe interna avaliadora de matérias composta por jornalistas. Assim, o processo de seleção da informação é também instituído no jornalismo colaborativo. No *Overmundo*, entretanto, são os *produsers* os responsáveis pela seleção das notícias, através de uma fila de votação

Percebe-se que a transfiguração do cidadão em co-produtor da notícia modifica também a própria estrutura e rotina dos sites. Antes consumidores da informação, os leitores atuais desempenham um papel cada vez mais ativo na elaboração e difusão dos conteúdos.

Para que se possa compreender melhor a relação entre as novas funções desempenhadas pelo público e as alterações introduzidas pela abertura dos espaços colaborativos, é preciso traçar um histórico das formas de participação do público nos principais meios de comunicação, relacionando, desta forma, as recentes formas de participação com o exercício da cidadania nas redes sociais, no chamado web ativismo.

A correlação cada vez mais intensa entre mídia e participação dos públicos reconfigurou, ao longo dos anos, o próprio conceito de atuação na vida política. Nesta mesma perspectiva, será feita uma análise da história recente das formas de participação do público desde o advento da internet e sua popularização, passando pelo *boom* dos grupos de discussão entre empresas e seus clientes, no início dos anos 90, até a consolidação dos sites com produção de conhecimento de forma colaborativa, a exemplo dos *wikis*, chegando aos dias de hoje e a imensa pluralidade de redes sociais como *twitter*, *facebook*, dentre outros.

4 - Ativismo em rede: cidadania na era digital

A possibilidade de atuação em rede em uma sociedade democratizada se inicia nos anos 80 com a emergência dos grupos de discussão, a exemplo da rede USENET, considerada por Antoun (2007:1), base das atuais comunidades virtuais, já que se organizava em torno do compartilhamento de informações e troca de conhecimentos sobre tópicos ou temas propostos pelos próprios participantes do grupo.

A década de 90 assistiu a proliferação destas formas de rede social, que circulavam em seus canais não apenas mensagens entre pessoas que possuíam interesses comuns, mas também notícias, dicas, e atividades compartilhadas pelos grupos de interesse, o que favoreceria ações coletivas.

Uma rede social, caracterizada como conjunto “formado pela interação entre seus membros” (ANTOUN, 2007:3), torna possível que ações coletivas de comunicação sejam acionadas de forma virtual, atingindo grande número de “leitores”, sendo, por esta razão, bastante utilizadas para a promoção de atividades e interesses.

Pode-se dizer que as páginas da *web 2.0* foram desenvolvidas e aprimoradas com o intuito de facilitar a comunicação e a difusão de materiais produzidos sobre determinados assuntos. Para Antoun, a confecção do ambiente virtual em rede através de “teias de comunicação” possibilitou automatizar a confecção de documentos a partir do material espalhado na rede.

Mencionados como ícones da *Web 2.0*, os *blogs* e a *wikipedia* são exemplos de interfaces colaborativas. Porém, cabe ressaltar que este tipo de plataforma já existia desde os tempos dos primeiros grupos de discussão. Já no ano de 1995, o *Geocities* oferecia ao público espaço para construções de um web site personalizado e publicação de textos.

Pode-se perceber que o conteúdo colaborativo não foi uma invenção da segunda geração da *web*, seu potencial apenas foi incrementado por novas ferramentas em rede, como produções colaborativas em portais de notícias, a exemplo das seções dos sites Terra, UOL e iG, que permitem a qualquer usuário publicar suas próprias notícias.

Este novo espaço mediatizado da rede mundial de computadores tornou-se um local concentrador de informações e, aos poucos, foi apropriado pelos participantes ativos de

comunidades virtuais, que, reunindo-se em torno de interesses comuns, criaram grupos. O site *Slashdot*, considerado o precursor dos *blogs*, era um espaço no qual um tema ligado à área de tecnologia e computação era proposto aos programadores do movimento operacional ligados ao sistema operacional *Linux*, sendo disponibilizado aos usuários material para discussão e espaço para comentários.

Antoun (2007:4) relaciona o surgimento da *web* social, a 2.0, com os primeiros *blogs*, dentre eles o *Cluetrain Manifest*, no qual, para o autor, “a internet começou a ser pensada como um lugar capaz de revolucionar”, seguindo os mesmos padrões dos *web logs*, com ferramentas open source que tornariam o usuário produtor e cooperador de informações e serviços para sua comunidade e também para empresas.

Com o passar dos anos, os *blogs* vão adquirindo linguagens próprias e modificam a forma de se comunicar na internet. Neste contexto, em paralelo, os primeiros grupos de discussão e comunidades sofrem um colapso e os *blogs* e páginas colaborativas passam a ser considerados fontes alternativas, quando não, complementares, de informação.

Para Cianconni, os *blogs* propiciaram a criação de formas de engajamento político em pequena escala:

O poder de auto-organização das redes sociais existentes na *web* pode potencializar o surgimento de comunidades segmentadas pelo interesse político de cada grupo de usuários. A especialização funciona como um estímulo à participação, pois cada comunidade discute os temas de seu contexto social, o que torna os indivíduos mais motivados e, possivelmente, mais capacitados, à interação com seus pares. (CIANCONI , 2009: 68)

Esta presença cada vez maior do cidadão em comunidades organizadas provocou forte impacto nas estruturas políticas de exercício da cidadania. A internet deixou de ser um mero espaço de circulação de conteúdos e canal de entretenimento e se tornou palco onde usuários ativos consomem, geram e compartilham informações e escolhas, levando as chamadas redes sociais a terem volume de tráfego cada vez maior, fortalecendo as comunidades virtuais existentes e propiciando o surgimento de novas.

A presença de internautas conectados pela rede favorece a atuação de grupos de interesse, gerando redes de luta, resistência e alterando as tradicionais formas de governabilidade e representatividade democráticas, já que, como dito anteriormente, neste processo de mediatização, os grupos de interesse organizados se emancipam das instituições tradicionais e passam a se organizar em teias de cooperação (ANTOUN, 2007: 6).

Os debates sobre questões políticas são travados em um espaço que se baseia na virtualidade e a participação e ação destes grupos ganham maleabilidade, transformando “as comunidades virtuais em comunidades de movimento que esboroam as fronteiras entre público e privado” (ANTOUN, 2007: 6).

A idéia de democracia eletrônica (*e-democracy*) surge neste período e mantém o foco em iniciativas que visam estimular o cidadão a ser mais ativo na participação social e no plano político, tendo como plataforma, a internet e suas redes colaborativas.

Para Antoun, “o poder integrador das páginas da *web* e do universo que formavam trouxe para a comunicação distribuída a reunião de diferentes movimentos em ações coletivas, seja para empreender uma luta comum, seja para construir uma atividade comum” (2007:16).

No ano de 2003, as plataformas colaborativas mostraram seu poder político ao mundo quando leitores de todo o mundo promoveram manifestações em rede sobre a Guerra do Iraque, no *Blog Move On*.

Outro exemplo recente da relação entre o uso das mídias sociais e seu poder de mobilização é a vitória do democrata Barack Obama nas eleições norte americanas em janeiro de 2009. Em sua campanha presidencial, o democrata utilizou 47 milhões de dólares na internet ⁶ e seu site oficial obteve 5 milhões de visualizações em somente um vídeo postado.

Além disso, Obama também inspirou a popularização da rede social *Twitter*, criada em 2006 por Jack Dorsey, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais,

6 Informações obtidas no site Terra Disponível em <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3802053-EI6578.00-Twitter+de+Obama+inspira+parlamentares+do+Brasil.html> Acesso em 12/05/2010

utilizando textos de apenas 140 caracteres. As atualizações dos usuários são exibidas no perfil em tempo real e também podem ser visualizadas pelos chamados “seguidores”.

Os perfis podem ser atualizados por meio do site do *twitter*, por RSS ou SMS. Informações geradas pelos usuários cadastrados podem ser “repassadas” através do comando *retweet*, atribuindo crédito a seu autor original.

A ferramenta também foi bastante utilizada durante as manifestações políticas ocorridas na Moldávia, em reação ao resultado obtido nas eleições para presidente no início do ano de 2009. Também foi possível observar o uso da plataforma nos debates políticos e divulgação das ações da oposição nas eleições presidenciais do Irã em 2009.

No Brasil, as primeiras informações sobre o apagão elétrico também em 2009 foram obtidas por usuário que postaram via celular e seu alcance foi tanto que chegaram a ser lidas em diversas emissoras de rádio que faziam plantão de notícias.

Visando propor mudanças em seus modelos de governança, com base em propostas de diálogo e transparência, muitos governantes, a exemplo de Barack Obama, passaram a adotar estratégias de campanha e governabilidade cada vez mais centradas na figura do cidadão, apostando nas novas técnicas para estar em contato com o eleitor. O objetivo é incentivar a participação social dos públicos como forma de fortalecimento da democracia e em defesa de uma maior transparência dos processos e atos da vida pública.

Muitas entidades privadas, empresas jornalísticas, assessorias de imprensa e organizações do Terceiro Setor criaram “perfis” e comunidades nas redes sociais, pondo os pontos principais de suas pautas em debate, favorecendo a interação entre Estado e sociedade civil.

Esta interação ocorre em um espaço público mediatizado, a esfera pública no sentido habermasiano, na qual os seres interconectados problematizam assuntos de sua organização social:

As redes de interação entre Estado e sociedade apresentam as oportunidades de Diálogo e de transformação do quadro social a favor dos interesses dos participantes. Para isto, é indispensável que o cidadão esteja presente nos embates políticos. A consciência crítica política é também um elemento-chave neste cenário, por isso, questões sobre cidadania serão abordadas ao longo deste trabalho. Outro fator fundamental é a garantia de transparência

que o governo deve estabelecer em seus processos. Confiança é um fator importante em grande parte dos relacionamentos e, portanto, necessário ao desenvolvimento de comunidades e redes de interação. Além disso, as partes envolvidas devem deter o domínio técnico dos recursos e ferramentas de interação, o que deve fazer parte do planejamento de qualquer política que siga a orientação do uso intensivo de tecnologias de informação e comunicação. (CIANCONI, 2009: 76)

O *twitter* tem sido utilizado também para auxiliar o serviço de apuração por partes de jornalistas, que “postam” detalhes e propostas de pauta, visando encontrar fontes e personagens para suas matérias, como é o caso do *twitter* do grupo “Ajude um repórter”.⁷ O projeto possui uma descrição interessante: “Precisa de um personagem para sua matéria? Procura uma oportunidade de sair na mídia? Este é o canal! Pedidos de fontes pela tag #arpo”.

Idéias como essa já encontraram milhares de adeptos no mundo virtual. O “Ajude um repórter” já conta com 2882 seguidores⁸ e diariamente recebe milhares de postagens de jornalistas que utilizam o *twitter* como ferramenta auxiliar no processo de produção da notícia.

Para além do âmbito do jornalismo, a presença dos usuários ativos em rede levou a mobilização em prol de causas sociais, como no caso das enchentes ocorridas no Rio de Janeiro, em abril deste ano.

Após a série de deslizamentos de terra que deixou milhares de desabrigados, os usuários se organizaram para oferecer apoio às vítimas no Projeto Enchente⁹, idealizado pela publicitária Cristiana Soares.

A ideia que originou o site surgiu no *Twitter* quando os termos *#enchentes* e *#projetoenchentes* começaram a circular ontem no microblog. Auxiliada por internautas, Cristina desenvolveu um blog para contar sobre o trabalho.

⁷ Disponível em <http://twitter.com/ajudeumreporter> acesso em 10/05/2010

⁸ Informação disponível em <http://twitter.com/ajudeumreporter> acesso em 13/05/2010

⁹ Disponível em <http://projetoenchentes.radioramabrasil.com/> acesso em 13/05/2010

A primeira postagem foi um mapa interativo que permite aos usuários marcar as áreas de inundação, áreas de risco, áreas seguras, deslizamentos em estradas, regiões afetadas, locais de abrigo, pontos de coletas de doações e rotas alternativas. Há também um perfil no *twitter*¹⁰ para a troca de informações entre seguidores

A utilização do *Twitter* na cobertura jornalísticas das enchentes chamou a atenção do poder público e o *twitter* da Lei Seca¹¹, desenvolvido com o intuito de informar aos leitores os locais onde ocorrerão as blitzes da Operação Lei Seca, acabou sendo ferramenta para noticiar ao público as condições de trânsito na cidade durante o período de enchentes.

No dia 22 de abril, a Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro lançou a proposta de condecorar com a medalha Pedro Ernesto, os criadores do microblog. A proposta foi feita pela Vereadora Clarissa Coutinho, como informa o Portal G1 de notícias:

A justificativa da homenagem, segundo a assessoria da vereadora, é a que “@LeiSecaRJ prestou um excelente serviço de informação à população, que ficou desorientada nas ruas quando as fortes chuvas atingiram a nossa cidade. O serviço espontâneo e interativo de orientação ao trânsito, elogiado inclusive pelos meios de comunicação, foi a única alternativa para muita gente, já que até o site da CET-Rio ficou fora do ar”.¹²

Para o idealizador do “Lei Seca RJ”, Eduardo Trevisan, o serviço tem utilidade pública, contando com a administração de nove voluntários que atuam diariamente para manter o *twitter* atualizado.

Outra forte utilização da ferramenta tem sido a criação de perfis por parte de candidatos e figuras notórias na vida política nacional, como é o caso de diversos parlamentares brasileiros já presentes no *Twitter*, como o senador Inácio Arruda (PC do B-CE).

10 Disponível em <http://twitter.com/projenchentes> acesso em 13/05/2010

11 Disponível em <http://twitter.com/leisecarj> acesso em 13/05/2010

12 Disponível em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2010/04/polemico-twitter-da-lei-seca-recebe-homenagem-de-vereadores-do-rio.html> acesso em 13/05/2010

Em reportagem publicada no Portal Terra, pode-se notar a influência que o atual presidente dos Estados Unidos exerceu no mundo da política ao inovar sua forma de campanha:

Alguns parlamentares avisam que tecnologia só se for "sinal de fumaça" ou "toque de tambor". Outros, antenados em Barack Obama, investem na internet para dialogar com a sociedade. O Congresso Nacional agora mira o twitter. Políticos pulam do site pessoal diretamente para esta plataforma de mensagens breves, sem passar sequer pelo blog. (BILENKY: 2010)¹³

De acordo com a jornalista, dos 81 gabinetes do senado, cerca de 10 já se utilizam do *twitter*, enquanto na Câmara, a maioria dos 513 deputados mantém seus sites pessoais. A pesquisa realizada por Bilenky revela dados interessantes:

Da bancada do PSDB, em torno de 15% dos 58 deputados já têm twitter. No PDT, 3 dos 25; no PC do B, dos 12 comunistas, 2 aderiram; 5 dos 56 democratas o utilizam; e na bancada do PDT, 3 dos 25 deputados. Já no PMN, nenhum. Só o líder Uldorico Pinto (PMN-BA) se aproximou da internet e construiu um site. Sempre de acordo com as assessorias de imprensa das lideranças de cada partido.¹⁴

Para o Senador Aloízio Mercadante (PT - SP), Obama revolucionou a internet ao utilizá-la como principal veículo para sua campanha. Seguindo a mesma tendência, o senador criou uma plataforma que une, em um só portal, <http://www.mercadante.com.br/>,

¹³ Disponível em <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3802053-EI6578,00-Twitter+de+Obama+inspira+parlamentares+do+Brasil.html> acesso em 11/05/2010

¹⁴ Disponível em <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3802053-EI6578,00-Twitter+de+Obama+inspira+parlamentares+do+Brasil.html> acesso em 12/05/2010

blog, Twitter, Orkut, Ning, Slide Share, Flickr, RSS, televisão e rádio, visando unificar e fortalecer sua presença na rede.

Em ano de campanhas políticas, os pré-candidatos à presidência prometem fazer da esfera pública virtual seus palanques. O governador paulista José Serra (PSDB-SP) já possui um perfil no *Twitter*, assim como a candidata pelo Partido dos Trabalhadores (PT), a Ministra Dilma Rousseff e a pré – candidata pelo Partido Verde (PV), Marina Silva.

José Serra possui um site, www.joseserra.com.br, que direciona os usuários diretamente para seu perfil no *twitter* ¹⁵, enquanto Rouseff marca sua presença através de um Blog chamado “Dilma 2010” ¹⁶. Já a ambientalista Marina Silva defende suas idéias no *twitter* ¹⁷ e em seu site pessoal, intitulado “Minha Marina”. ¹⁸

4.1 – Eu – repórter e Conexão leitor: Você faz a notícia

Para que seja possível analisar a relação existente entre as novas práticas de cidadania e as ferramentas colaborativas existentes, serão analisados dois veículos e suas respectivas seções de jornalismo cidadão: O Globo, com o “Eu – repórter” e O Dia, com “Conexão Leitor”.

Pode-se inserir a abertura deste espaço em grandes veículos no quadro de mudanças pelas quais passa o jornalismo. A consolidação de novas formas de produção e difusão das notícias, como *blogs, twitter* e o uso de *feeds*, fez com que os tradicionais órgãos emissores de produção noticiosa buscassem adequação às novas tendências, para permanecer atuando de forma competitiva no mercado da comunicação.

15 Disponível em <http://twitter.com/joseserra> acesso em 12/05/2010

16 Disponível em <http://www.dilma2010.blog.br> acesso em 12/05/2010

17 Disponível em http://twitter.com/silva_marina acesso em 13/05/2010

18 Disponível em <http://www.minhamarina.org.br/blog/> Acesso em 13/05/2010

Neste contexto, os próprios veículos definem a si mesmos como espaços onde o cidadão tem liberdade de colaborar, tornando-se repórter, na tentativa de legitimação dos sites como fórum para crítica e o compromisso público.

Criado no ano de 2006, o “Eu – repórter” é a seção de jornalismo colaborativo da versão *on-line* do jornal O Globo, através da qual os leitores podem fazer o envio de textos, fotos, vídeos e áudios. O “Conexão leitor” define a si mesmo de forma bastante interessante: “aqui, você faz a notícia”.

Para colaborar com o “Conexão”, o leitor deve preencher um formulário próprio para o envio de fotos, textos ou vídeos, sendo necessário informar ao jornal o endereço eletrônico e o telefone de contato corretos, já que, como consta no próprio site, a equipe do Conexão pode entrar em contato com o internauta antes de publicar o material enviado.

A seção colaborativa do O Dia apresenta interface bastante amigável, e utiliza ícones facilmente assimiláveis que auxiliam a identificação de suas ferramentas: envio de texto, foto ou vídeo, sendo que, em cada opção há elementos visuais que remetem à estas funções.

De acordo com Johson (2001), a presença destes ícones como metáforas que “simulam” o mundo real possibilita a união entre tecnologia e cultura, facilitando a interação entre os usuários e o computador. Para o autor, na cultura da interface, a memória visual é muito mais duradouro que a textual, daí a importância da existência de atalhos e ícones.

Após a evolução do conceito de janela, que deu à interface níveis de profundidade, através da possibilidade de exercer multitarefas, Johnson identifica a importância dos navegadores, chegando aos *links*, que permitem ao internauta “navegar” através de um oceano de dados, estabelecendo, de forma ativa, relações semânticas e ligações de significado. É importante destacar que a ligação usuário – interface não é algo mecânico, sendo, antes de tudo, um processo cognitivo.

Como tendência atual, Johnson aponta o predomínio das interfaces gráficas, que, apesar de muito independentes, ainda dependem do suporte textual, fato perceptível na interface do “Conexão leitor”.



A escrita do texto também foi modificada pela interface, hoje, pensamento e o ato da escrita estão aliados quando se senta em frente ao computador para redigir um texto. A interface, enquanto ambiente simbólico de trocas entre homem e dispositivo, seria povoada por “agentes”, ferramentas que auxiliam o usuário a desempenhar determinadas tarefas.

Em relação a escrita, pode-se notar a presença de um tom pedagógico no discurso explicativo da seção:

Envie arquivos do tipo JPG, GIF ou PNG com o tamanho máximo de 1MB cada uma. Para adicionar mais de uma foto, clique no botão **“adicionar mais fotos”**. Serão permitidas no máximo 5 fotos, totalizando 5MB.

Também é necessário que o usuário preencha um termo de responsabilidade, autorizando a publicação da foto e do texto pelo jornal O Dia e O Dia On-line. Já para participar do “Eu-Repórter”, o processo é semelhante e o usuário precisa aceitar os termos de compromisso e direito autoral, a fim de que o material produzido possa ser publicado, assinado pelo próprio leitor, não só no site *O Globo*, mas também nos jornais impressos *O Globo*, *Extra*, *Expresso* e *Diário de S. Paulo*.

Vale ressaltar que todo conteúdo noticioso enviado está sujeito à aprovação pela equipe de editores, não sendo permitida a publicação de material opinativo, apenas noticioso e verídico. O envio se dá apenas quando o leitor é cadastrado no site.

Antes de analisar propriamente o conteúdo produzido pelos leitores, presente nas versões *online* dos dois jornais, faz-se necessário entender se, de fato, tal espaço

colaborativo corresponde à proposta dos jornais de pluralização das informações veiculadas, tomadas as notícias como processos e, por isso, em construção, ou se é apenas uma mera estratégia contra a perda de audiência para outras fontes de informação em que há maior variedade de assuntos e cobertura mais horizontalizada e com pluralidade de vozes, como se pode notar na blogosfera.

Para compreender como se dá a participação do público nestes dois espaços, seja através do envio de fotos, textos ou vídeos, é preciso também “desvendar” as ferramentas que possibilitam essa colaboração do usuário, além dos critérios de seleção e mediação adotados em cada um deles. A forma como os veículos se apresentam em suas página da *web* também se revelam extremamente importantes para analisar as ferramentas de interação.

No caso do Globo, a seção colaborativa utiliza-se de slogans para chamar a atenção do leitor e estimular sua participação, afinal, trata-se do espaço no qual o leitor “faz a notícia” e “os leitores são repórteres”. Não é por acaso que o jornal brasileiro utiliza uma frase de efeito semelhante a do *OhmyNews*, “cada cidadão é um repórter”.

A interface para o envio de notícias é bastante acessível e assim como no Jornal O Dia, exige que o leitor se identifique, preenchendo os campos em branco com seu nome, e-mail, telefone, assunto, havendo também um link que esclarece as normas de participação.

Apesar de se destinar ao público e afirmar seu caráter “cidadão”, o veículo estabelece critérios inerentes à atividade de um jornalista profissional para reger as publicações, sendo vedada a divulgação de trabalhos de jornalistas e/ou fotógrafos profissionais ou *free-lancers*, o envio de textos opinativos, com palavrões, acusações pessoais desacompanhadas de provas; preconceitos de qualquer ordem que promovam a violência ou que estejam em desacordo com as leis brasileiras.

Para que o envio do material seja concluído com sucesso, o usuário deve assinar o termo de compromisso e cessão dos direitos autorais. Percebe-se que há todo um conjunto de regras e critérios a serem seguidos antes da publicação da notícia e nem todo conteúdo enviado será propriamente publicado.

É fundamental realizar uma leitura crítica do termo de compromisso, no qual é fechado um contrato entre INFOGLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S/A e, de outro lado, a pessoa identificada na Confirmação Contratual ("USUÁRIO").

O fato de se afirmar como um espaço de contribuição onde o leitor é repórter, mas, por outro lado, criar uma série de “barreiras” que vedam esta livre participação, torna possível questionar a natureza do projeto.

Segundo as normas presentes no site, “o conteúdo enviado para o Eu - Repórter poderá ser publicado no site desde que tais textos, fotos, vídeos e áudios possuam caráter noticioso, nunca opinativo, e sejam de autoria do USUÁRIO”. Além disso, todos os textos, fotos e vídeos serão assinados com o nome do usuário.

Para alguns autores, há uma dualidade entre a abertura dos espaços colaborativos nos grandes jornais e seus reais interesses:

O jornalismo cidadão diz respeito mais a um desejo coletivo de participação na produção da informação do que à ampliação de mecanismos de interação *online*. Não se trata, portanto, de um movimento derivado de um aumento da oferta de meios sociais *online* (...) ao contrário, a oferta dos meios é condicionada, em termos, por uma demanda crescente de participação social na produção da mídia. (VARELLA, 2008:80)

Seguindo a mesma perspectiva, outros relacionam a criação destes espaços com o temor de perder os leitores para as novas fontes de informação, como as redes sociais:

Os grandes jornais *online* lêem cenário de maneira ambivalente. Por um lado, como um momento de oportunidade, por outro, como um instante de crise. No primeiro caso, o jornal constituiria um espaço mais elástico de visibilidade e diálogo público, pois agregaria as mais diversas notícias advindas da cobertura feita pelo cidadão e editada pelo jornalista. (MALINI, 2007: 93)

O autor também questiona o potencial de participação dos usuários, se é algo, de fato, efetivo. Para ele, essas contribuições são restritas e não podem, em geral, ser classificadas como conteúdos de cunho noticioso:

Já não se sabe se é o jornal que estimula no leitor, nesses canais interativos, uma agenda noticiosa já traçada, ou se é o leitor, que, experiente em saber “o que passa” na filtragem, envia notícias dentro do perfil desejado pela agenda do jornal. De qualquer forma, não se encontra nos canais participativos desses portais nenhum dossiê mais investigativo, em termos jornalísticos, há, sim, um predomínio de fotos-legenda e de notas curtas sobre a vida local”. (MALINI, 2007:95)

Em comparação com o “Eu Repórter”, a seção de jornalismo colaborativo do jornal O Dia apresenta-se de forma muito mais simplificada. Como já foi dito, as interfaces são mais amigáveis e os textos possuem ícones para facilitar a assimilação.

Ao contrário do O Globo, não há exigência de leitura de regras para publicação. O leitor deve apenas marcar um “x” em um campo indicando que autoriza a publicação de foto e texto pelo Jornal O DIA e pelo O DIA *On-line*, o chamado termo de responsabilidade.

Apesar de pertencerem a mesma empresa, os dois jornais possuem públicos alvos diferentes, o que se reflete até mesmo em suas interfaces e na exigência no que se refere aos critérios de “filtragem” das notícias.

Enquanto no site do Jornal O Globo há uma preocupação em “educar jornalisticamente” o leitor, indicando-lhe os critérios de seleção das notícias, o que é permitido, o que é vedado, as normas para submissão das colaborações, no O Dia, esta preocupação parece estar ausente.

De caráter mais popular, o “Conexão leitor” não explicita os critérios que levam um texto ou foto a ser considerado notícia, nem ao menos aborda a importância da veracidade ou as penalidades caso sejam veiculadas informações falsas.

Muitas informações sobre esta seção permaneceram ocultas, não apenas pela pouca quantidade de textos explicativos presente em seu site, como também pela dificuldade de entrar em contato com a equipe responsável.

Durante cerca de duas semanas, foram feitas tentativas de contato com a equipe, através de ligações para a redação, envio de e-mails e até mesmo pelo *twitter*, sem respostas efetivas.

No caso do “Eu – Repórter”, a possibilidade de “desvendar” os critérios que movem as engrenagens de seleção das notícias foi auxiliada pela entrevista concedida pelo editor de interatividade do Globo, Paulo Mussoi, no dia 9 de junho.

Tendo acompanhado todo o trabalho de criação e execução do “Eu repórter”, Mussoi afirma que a seção surgiu por que a equipe percebeu uma necessidade cada vez maior de aproveitar as sugestões e colaborações dos leitores:

Recebíamos muitas contribuições dos leitores, mas faltavam ainda ferramentas pontuais para essa interação e, muitas vezes, os leitores utilizavam-se dos espaços disponíveis como o canal de relacionamentos e o *e-mail* para enviar suas sugestões e reclamações. Notamos que outros sites no exterior já estavam utilizando um espaço cada vez maior para comentários e seções de conteúdos gerados pelo leitor, e assim, no ano de 2006, mediante uma decisão estratégica da empresa, surgiu a editoria. (MUSSOI: 2010)

Mussoi explica que de 2006 até os dias atuais, pode ser notado um processo de educação no comportamento dos leitores, o que se reflete no crescimento da consciência sobre a importância das contribuições, aumento do volume de comentário, além da melhoria da própria qualidade do conteúdo.

Houve redução nas ofensas pessoais, palavrões e no percentual de comentários irrelevantes, o que, para o editor, se deve à educação e respeito que o público adquiriu pela ferramenta. Mussoi explica que no início, predominavam conteúdos de denúncias sobre problemas locais e hoje, há uma maior diversificação das temáticas abordadas.

Essa evolução na qualidade do conteúdo noticioso não impede que ainda haja troca de ofensas pessoais. A possibilidade de utilização de apelidos e o anonimato favorecem estas práticas.

As palavras do editor revelam que, para o jornal, não era apenas fundamental a criação de um espaço destinado ao leitor, mas também, fazer um trabalho pedagógico:

Os leitores estão aprendendo a lidar com a informação, e isso é fruto das ferramentas digitais. Faz parte do nosso trabalho estimular o leitor a fazer a auto-regulamentação dos conteúdos, ou seja, estimulamos seu papel de moderar a participação de outros leitores, por isso, no site, há como um usuário denunciar

comentários considerados inapropriados. Os comentários entram automaticamente no sistema, mas não possuímos equipe suficiente (sonos apenas 5) para ler e moderar todos. Quando um comentário é determinado “x” vezes, ele é bloqueado automaticamente e sai do ar. (MUSSOI: 2010)

Mussoi explica que o “Eu repórter” recebe cerca de vinte mil comentários por dia e 150 contribuições dos leitores, divididas entre fotos e textos, majoritariamente. Ele explica que o envio de vídeos é algo ainda muito raro, pois a maior parte do público os envia para o G-1. Atualmente, o “Eu repórter” recebe 10 vídeos por semana.

No que se refere ao conteúdo das matérias enviadas, 90% pertencem a editoria de cidade e há um crescente envio de fotos e textos sobre cultura e esporte, em especial na época da Copa do Mundo. Sobre a cidade do Rio, os textos falam de incêndios, buracos nas ruas, denúncias de irregularidades, dentre outros. Para o editor, isso se deve ao fato de tais acontecimentos estarem mais próximos da vida do leitor:

O valor do jornalismo colaborativo é o hiperlocal, aquilo que não seria coberto por nenhum jornalista caso o leitor não estivesse ali e registrasse. O jornalismo colaborativo aumenta a capilaridade da cobertura, o leitor é um olho nosso. A revolução digital mudou, sim, a forma de se pensar a comunidade e de lidarmos com o mundo. O leitor percebe que pode fazer a diferença através de sua manifestação, o fato que ele anunciar pode ganhar repercussão. (MUSSOI: 2010)

No que se refere à participação do público nas questões políticas, Mussoi afirma que há pouco envio de textos sobre política, o que, para ele, é um tema extremamente complexo para ser abordado por um cidadão comum, pois para exercer a capacidade de crítica e análise do jornalista que escreve sobre política, o leitor precisaria ter acesso a fontes que não tem.

Os textos sobre economia e política são enviados pelos leitores para a seção que recebe artigos opinativos, fazendo o leitor “se sentir um colunista e ter seu texto publicado, lido e comentado por milhares de pessoas”. O Globo recebe de 30 a 40 artigos por semana.

Os critérios para seleção dos artigos, textos e fotos seguem a lógica do jornalismo: relevância, veracidade e atualidade. Há duas pessoas na equipe responsáveis pela seleção e checagem das informações antes de sua publicação, para prevenir erros e equívocos.

Mussoi afirma a importância da mediação para separar os conteúdos que possuem relevância jornalística do que é banalidade.

O editor não acredita que, a curto prazo, haverá uma mudança nas práticas de cidadania devido a abertura de espaços de colaboração para os usuários, pois não é este o objetivo primordial do jornalismo cidadão.

Para Mussoi, a abertura destes espaços leva o leitor a ter consciência da importância de sua participação, mas, a curto prazo, esta prática não deve alterar de forma profunda o exercício da cidadania e o debate de temas políticos, especialmente pela necessidade de instrução e acesso as fontes que tal discussão exige.

Percebe-se que o veículo separa todos os conteúdos baseando-se nos critérios jornalísticos e que também disponibiliza um espaço para a opinião, a seção de artigos. Apesar de estimular a publicação de assuntos que não seriam abordados sem a contribuição do leitor, estimular a participação política e reconfigurar a cidadania não parecem constituir os objetivos primordiais do “Eu – Repórter”.

4.2 – Eleições 2010: *Web* como arena política - um estudo de caso

A fim de questionar se a abertura destes espaços à contribuição cidadã está, de fato, alterando o exercício da cidadania e o debate dos temas políticos na arena pública, foram analisadas algumas matérias selecionadas sobre as eleições presidenciais de 2010, publicadas nos sites do jornal O Globo e O Dia, de 13 a 30 de maio de 2010. Além disso, também foram selecionados os comentários dos leitores e os conteúdos (textos e fotos) que tinham como tema questões políticas.

O baixo número de contribuições sobre eleições nas seções colaborativas parece confirmar a ideia de Paulo Mussoi, editor de interatividade do Globo: os leitores, de fato, participam mais, enviando fotos e textos sobre assuntos que estão próximos de sua área de cobertura e atuação, ou seja, o local.

Não houve caso de contribuição de leitores com temática de eleições no “Eu repórter” nem no “Conexão leitor”. Foram registradas apenas opiniões e artigos sobre política, sociedade e educação nas seções destinadas a submissão de artigos.

No caso do O Globo, serão analisadas três matérias publicadas no site e seus respectivos comentários, já para o “Eu – repórter”, não foi possível realizar o objetivo inicialmente proposto, exatamente pela inexistência de contribuições de leitores sobre eleições no período analisado.

Para o site do O Dia, foram escolhidas também três matérias, considerando as mesmas datas de análise do O Globo. Porém, houve envio de uma contribuição para o “Conexão leitor” sobre eleições, tornando possível por em prática a idéia inicial.

Foi registrado também o caso raro de envio de uma fotografia sobre um assunto ligado à política, não necessariamente eleição, como será visto a seguir. Vale destacar que as notícias postadas no O Dia *on-line* não permitem que sejam feitos comentários, esta prática só é possível no “Conexão – Leitor”.

Para o estudo em questão, foram criadas algumas categorias para classificá-las, de acordo com sua relevância, atualidade, universalidade, pertinência e nível de participação do usuário (nulo, baixo, moderado ou alto).

Crítérios para classificação das Matérias	Nomenclatura/ Tipologia
Assunto	Perfil de candidato, evento, declaração, debate, sabatina, lei, Congresso.
Temática	Elogio, crítica, análise, registro.
Noticiabilidade	Relevância, atualidade, universalidade.
Linguagem utilizada	Formal, informal, coloquial.
Participação do usuário	Nula, baixa, moderada, alta..
Abordagem	Parcial, imparcial, tendenciosa.

No que se refere aos comentários, foram hierarquizados entre: comentários sobre a notícia, comentários que tratam de assuntos que não remetem a notícia, ofensas pessoais ao personagem citado na matéria, ofensa a outro usuário, palavrões, crítica ao comentário de outro usuário, crítica a matéria, crítica a abordagem dada pelo veículo a matéria e ofensa pessoal ao jornalista que escreveu a matéria.

Comentário	Classificação
Conteúdo	Remete a notícia ou a outros assuntos.
Linguagem	Ofensas pessoais, palavrões, elogio, crítica.
Interação entre usuários	Gera debate, troca de ofensas ou baixo grau de participação.
Crítica	À matéria, ao jornalista, a abordagem, ao veículo, a outros usuários ou ao comentário de outros usuários.

Para as contribuições dos leitores, foram criadas as categorias de opinião, artigo e denúncia. Um fato revelador foi a elevada quantidade de matérias que discutiam exatamente a relação entre internet e seu uso no que se refere à cobertura das eleições.

O fato de as eleições presidenciais de 2010 serem as primeiras na história brasileira em que a internet está tendo uso tão preponderante, em especial nas redes sociais, estimulou a utilização do espaço virtual por políticos, para apresentarem aos eleitores suas plataformas e aos usuários, para conhecer, debater, comentar e criticar os candidatos, até mesmo de forma anônima, o que é permitido por alguns sites, como O Globo, mas é vedado pela Constituição Federal (artigo 5, inciso IV).

O potencial de difusão de críticas e opiniões da internet passou a ser considerado perigoso, em especial no que tange ao trabalho dos jornalistas na cobertura das eleições. No dia 10 de junho, o jornal O Globo publicou um estatuto sobre a cobertura das eleições,

definindo regras e padrões de conduta para os jornalistas, restringindo a utilização de redes sociais:

De acordo com as regras, os jornalistas não poderão publicar em *blog*, *Twitter*, *Facebook*, *Orkut*, ou outras redes sociais, qualquer conteúdo que remeta a preferência partidária. Além disso, os profissionais também estão proibidos de retwittar mensagens de candidatos e partidos. As regras valem tanto para os perfis profissionais como pessoais dos jornalistas. Também fica vedada a divulgação de *links* com conteúdo político-partidário. "Não será permitido usar o serviço (*Twitter*) para propagar *links* para sites (pessoais ou institucionais) que contenham conteúdo propaganda político-partidária, ou que sejam tanto ofensivos quanto elogiosos a determinado candidato", relata o texto. O estatuto também afirma que caso os jornalistas necessitem, por questões profissionais, adicionar candidatos ou partidos a seus perfis no *Orkut*, *Facebook* ou *Twitter*, o façam com moderação e equilíbrio, evitando preferências. O manual também proíbe o uso de distintivos, trabalho em campanhas eleitorais, e define regras para a publicação de artigo, viagens de repórteres a convite de candidatos e uso de pesquisas eleitorais. No entanto, o estatuto ressalta que as regras não são válidas para eventuais colaboradores e articulistas do jornal impresso e da versão on-line do veículo.¹⁹

A seguir, serão analisados o conteúdo das matérias publicadas sobre eleições nos portais do jornal O Globo e o Dia. Tais matérias tiveram grande repercussão, o que se revela no elevado número de comentários que receberam.

Na crítica às notícias, será averiguada a possibilidade de comentário, o tratamento dado à notícia pelo jornalista, a linguagem utilizada, se há manifestações de simpatia ou repúdio por determinado candidato ou adoção de coberturas tendenciosas por parte dos jornais.

No caso das contribuições dos leitores, serão debatidos, além das temáticas mais presentes, os comentários de outros leitores e a linguagem por eles utilizada. É fundamental destacar que, enquanto todas as notícias publicadas no site do jornal O Globo oferecem ao leitor a possibilidade de comentário, sendo necessário apenas estar cadastrado no portal e

¹⁹ Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3d56057%26Editoria%3d8%26Op2%3d1%26Op3%3d0%26pid%3d238612%26fnt%3dfntnl&rss=on> acesso em 10/06/2010

ter feito o *login*, no jornal O Dia, esta possibilidade se faz presente apenas na seção de artigos.

Além da análise dos conteúdos em si, será feita uma tentativa de construção de um “perfil” do leitor que comenta em cada um dos veículos, seja pela linguagem utilizada, apelido, tratamento dado ao tema e potencial de debate gerado pela posição assumida.

4.3 Matérias publicadas no site do O Globo

4.3.1 Notícia 1

A primeira matéria a ser analisada foi publicada no dia 22 de maio, com o título “Dilma sobe e empata com Serra, com 37% das intenções de voto, segundo Datafolha”, tendo recebido 1299 comentários dos leitores, maior índice verificado durante o período de análise:

Em sua melhor marca, a pré-candidata do PT à Presidência, Dilma Rousseff, empata com o adversário tucano José Serra, segundo pesquisa Datafolha publicada na edição impressa da Folha de S. Paulo deste sábado, conforme antecipou o Blog do Noblat . Nesta última pesquisa, Dilma e Serra aparecem com 37% das intenções de voto, cada um. Marina Silva (PV) aparece com 12%. Dilma avançou sete pontos percentuais quando comparada à pesquisa de abril, na qual aparecia com 30% das intenções de voto. Enquanto Serra perdeu cinco pontos percentuais, comparado com abril. Marina segue estável com a mesma taxa de intenção de voto.

Com 76% de aprovação, popularidade do governo Lula volta a nível recorde

O levantamento foi realizado nestas quinta e sexta-feiras com 2.660 entrevistados. A margem de erro é de dois pontos percentuais, para mais ou para menos.

Segundo o Blog do Noblat, essa é a primeira vez que ambos aparecem empatados no Datafolha, que traz outros números positivos para a petista.

"O principal fato que pode ser apontado como responsável por essa alta da candidata é o programa partidário de TV que o PT apresentou recentemente", diz Mauro Paulino, diretor-geral do Datafolha.

Na semana passada, o PT foi à TV com vários comerciais de 30 segundos e com seu programa mais longo, de dez minutos. A estrela dessa investida de marketing foi Dilma Rousseff, com Lula como cabo eleitoral.

Na pesquisa espontânea, quando os entrevistados não são apresentados a uma lista com os nomes dos candidatos, a curva da intenção de voto de Dilma continuou a descrever uma sólida curva ascendente. Ela tinha 8% em dezembro, agora foi a 19%.

Em abril, Serra (PSDB) apareceu no Datafolha com 38% das intenções de voto e Dilma com 28% das intenções de voto. A pesquisa de abril foi a primeira feita depois que Serra lançou sua candidatura, no sábado dia 10 abril. No fim de março, Serra e Dilma tinham, respectivamente, 36% e 27%. A pesquisa de abril, registrada sob o número 8.383/2010, foi feita nos dias 15 e 16 de abril 20

O assunto da notícia pode ser classificado como estatística, sua temática é a análise da relação entre o percentual dos candidatos que disputam as eleições presidenciais, tendo elevado grau de noticiabilidade devido ao ineditismo que traz, pois, como afirma o jornalista, é a primeira vez que a candidata do PT, Dilma Rousseff e o tucano José Serra empataram na disputa. A linguagem utilizada é coloquial e suscitou alto índice de participação dos leitores.

Por outro lado, percebe-se a estratégia utilizada pelo jornalista para dar veracidade ao conteúdo que é apresentado: ele recorre a dados, cita as fontes e compara resultados de pesquisas. A abordagem da matéria é tendenciosa, como fica explícito no parágrafo em que Dilma é chamada de “estrela dessa investida de marketing” e o presidente Lula é denominado “cabo eleitoral”.

O fato de apresentar o embate entre os candidatos no campo das estatísticas fez com que a matéria recebesse 1299 comentários. A maioria das observações dos leitores foram críticas à propaganda feita pelo PT e ofensas pessoais à Dilma Rousseff, chamada de “sequestradora” e “terrorista”.

Alguns comentários remetiam às declarações anteriores da candidata do PT, mas nenhum criticava diretamente o Jornal O Globo ou o jornalista que fez a matéria, nem

20 Disponível em <http://oglobo.globo.com/pais/mat/2010/05/22/dilma-sobe-empata-com-serra-com-37-das-intencoes-de-voto-segundo-datafolha-916657709.asp> acesso 22/05/2010

houve troca de ofensas e palavrões entre os que comentaram. Apenas um leitor questionou os dados do DataFolha. Os comentários selecionados para análise foram:

WANDERGMONTENEGR

25/05/2010 - 13h 13m

SE DEPENDER DOS PAULISTA A DILMA JÁ ERA. O ELEITORADO PAULISTA TEM A MESMA ATITUDE DO ELEITORADO REPUBLICANO AMERICANO. EM SÃO PAULO A DILMA PERDE PARA O SERRA COMO O LULA PERDEU TAMBEM . OUTRAS ELEIÇÕES COLLOR GANHOU DO LULA DISPARADO COMO PERDEU PARA O FHC TAMBÉM . ETA POVO CONSERVADOR

Nashville

24/05/2010 - 12h 35m

Querem levar o Brasil ao fundo do poço. Oito anos de um inocente circunstancial; agora, uma sequestradora, homicida, mentirosa e incompetente. Essa propagandan maciça utilizada por esse desgoverno pretende incutir, principalmente nas massas desinformadas que vivemos num paraíso. É caos na saúde, Segurança, Educação, saneamento básico, estradas, ferrovias, e parece que o povão está dormindo. Um homem despreparado sendo usado por políticos desonestos nos empurra pro ABISMO!

Lieferson Vieira

24/05/2010 - 11h 03m

Pesquisas mostram superioridade, força e ascensão da Situação.A Oposição deve apresentar renovação e liderança urgente para vencer. Pode ser que recue, pense, avalie perdas e aceite a composição. Aí será fácil derrotar corrupção, pobreza e mudar rumo da economia. Sugiro respeita-lo, ama-lo e associa-lo. O Brasil votou duas vezes na expectativa!Recomendo racionalismo ao invés de responder a idéia ou afirmação ou prova ou repetição de frase ou argumentos ou prestígio ou competência.Convença povo!

Nashville

24/05/2010 - 09h 31m

Espero que as famílias daquelas 199 vítimas da TAM, que pegou fogo em Congonhas, São Paulo, em 2007, estejam entre os que votam na má dilma. Não é possível que brasileiros honestos, decentes, votem nessa assassina. 2.660 entrevistas num Universo de quase 128 milhões de eleitores não podem determinar se um candidato vai vencer ou não. Principalmente, má dilma, ex-sequestradora, assaltante, homicida, mentirosa e forjadora de dossiês!

Wagner_2007

24/05/2010 - 07h 56m

E agora TUCANADA? Pesquisa Census, Vox Populi não valeram, e o da Datafolha? Também não valeu? Não tem jeito o Lula já emplacou a Dilma! O sapo zoiado (serra) vai ver a Dilma agora só de binóculo nas próximas pesquisas.

4.3.2 Notícia 2

A segunda matéria selecionada foi publicada no dia 25 de maio com o título “Dilma, Serra e Marina criticam carga tributária” e recebeu 750 comentários.

Com exposições essencialmente sobre política econômica, os dois principais presidenciáveis, José Serra e Dilma Rousseff, criticaram durante sabatina realizada nesta terça-feira na Confederação Nacional da Indústria (CNI), em Brasília, a política de juros altos, a alta carga tributária e o baixo nível de investimento público em infraestrutura. Dilma chegou a classificar como caótico o sistema fiscal no Brasil e defendeu reforma tributária ampla. Serra, que falou depois de Dilma, alfinetou a adversária dizendo que ela ficou quase oito num governo que nada fez para resolver esses três problemas, principalmente a reforma tributária. Marina abordou temas de caráter mais social em sua fala e criticou a gestão de obras do Programa de Aceleração de Crescimento (PAC).

Serra, com uma fala informal e muito à vontade, foi interrompido várias vezes para ser aplaudido e conseguiu arrancar risos da plateia com algumas comparações. Dilma fez uma apresentação correta, do ponto de vista econômico, mas dura e professoral. Só foi aplaudida no final.

Os empresários que falaram, no geral, apontaram as dificuldades para a indústria nacional, especialmente batendo muito na alta carga tributária. E alguns reconheceram a importância do PAC e a retomada dos investimentos públicos com essas obras.

Dilma foi a primeira a falar e se comprometeu com a reforma tributária. A ordem foi definida por sorteio. Serra falou na sequência e sugeriu debate de ideias, como melhor formato para o encontro entre os pré-candidatos. Ele fez críticas ao governo federal e disse que é preciso gastar menos na máquina e mais na população. Ele fez uma apresentação que agradou aos empresários e chegou a arrancar aplausos da plateia.

Em sua exposição, a candidata petista Dilma Rousseff se comprometeu com a reforma tributária, dizendo que ela é a 'reforma das reformas' e essencial para garantir um desenvolvimento sustentável. Depois de uma avaliação da atual situação econômica, falou sobre desafios para o futuro:

- Alguns pontos têm que ser destacados: perseguir de forma sistemática a estabilidade macroeconômica, tratar como focal (sic) relação dívida/PIB e, além disso, sou inteiramente favorável a uma reforma tributária. Assumo aqui um compromisso com essa reforma, que é essencial, a reforma das reformas. Ao mesmo tempo em que assegura a melhoria da estabilidade, ela permite que o país dê um salto de crescimento sustentável. Isso significa que tem que fortalecer a política de desoneração dos investimentos e da folha de pagamento, disse Dilma.

A petista falou da importância de os governos respeitarem contratos. Disse que "qualquer proposta em revisão de contrato implicará em redução do crescimento e criará turbulência generalizada".

- Temos dado muitas demonstrações de maturidade neste campo. Muitas vezes não concordávamos com os contratos que recebemos (quando o PT chegou ao governo), mas respeitamos todos, sem nenhuma exceção.

Ela ainda destacou três fatores fundamentais para a boa administração da política macroeconômica: o controle da inflação através da política de metas, a robustez fiscal, e o acúmulo de reservas.

- Diminuímos o endividamento através de superávit primário durante os oito anos do presidente Lula. Algo que nos distinguiu foi a política de inclusão e mobilidade. Tudo isso configura e fortalece o mercado interno.

Nas considerações finais, Dilma firmou compromissos com os presentes no encontro.

- Quero afirmar três compromissos simples: situar a economia brasileira entre as mais ricas, crescer de forma sustentada, garantindo a melhora de renda per capita, e distribuir renda de uma forma definitiva e permanente, eliminando a miséria.

Serra defende debate e volta a criticar taxas de juros

José Serra começou sua exposição na CNI, elogiando a iniciativa da entidade e o completo documento apresentado pelos empresários. Reconheceu que as regras do encontro foram discutidas com os partidos, mas afirmou:

- Eu teria realmente preferido que os candidatos pudessem fazer o mínimo de debate, porque essas questões não serão debatidos na TV. Perdemos a oportunidade de ter algum tipo de confronto de ideias, não o confronto político-eleitoral, mas o debate de ideias. Todos os debates estão caminhando para esse isolamento. Da nossa parte, vamos insistir para que os próximos sejam debate entre os candidatos.

Após ser sabatinado pelos empresários, Serra fez críticas diretas ao governo federal.

- Você tendo um projeto tem que antes, ainda na preparação, botar no meio o Ministério Público, o Tribunal de Contas e os órgãos de meio ambiente. Porque tem gente que implica só pelo gosto de implicar. Não é má fé. Mas tem que ir lá, mostrar saída, debater.

- Tem que gastar menos na máquina e mais na população. Na área federal, há uma obesidade. Dá até gosto. Olha como dá para melhorar, disse arrancando aplausos dos empresários.

Com estocadas no governo atual e na presidenciável petista, Dilma Rousseff, o tucano fez uma defesa enfática da indústria nacional, da melhoria das condições para as exportações e fez críticas contundentes da carga tributária e taxas de juros.

Durante sua apresentação e ao responder as perguntas. Serra foi interrompido quatro ou cinco vezes com aplausos dos empresários e convidados, no auditório da Confederação Nacional da Indústria (CNI). Dilma, pelo contrário, não foi aplaudida durante sua fala, embora também tenha feito uma exposição bastante econômica e voltada para as principais demandas do empresariado.

Ao encerrar sua participação no encontro de presidenciáveis da CNI, o tucano José Serra disse que pensa do mesmo jeito e tem as mesmas coerências desde a Constituinte. Brincou ao comentar que muitas vezes

ouve gente dizer que ele está mais à esquerda ou mais radical e que pode abalar mercados com algumas de suas propostas:

- Eu fico até orgulhoso. Imagina eu, sozinho, abalar mercados? Não há razão nenhuma para isso, porque eu ajudei a erguer a mesa da economia do Brasil, não vou derrubar essa mesa. O importante é que a gente ande pra frente, sempre avançando.

Marina ataca PAC e diz que Brasil não tem programa

- Não temos um programa de obras para o Brasil. O PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) não é um programa. É gestão de obras. Não é um programa pensando o crescimento do Brasil para os 20, 30, 40 anos. Isso é que é necessário.

Ela defendeu uma reforma tributária, mas "sem falsas expectativas". Marina ressaltou que não é fácil fazer uma reforma e que os presidentes acabam fazendo a "reforma da reforma".

- Todo mundo pensa que a reforma política é aprovada no Congresso, mas a reforma política também é feita nas eleições. Não é fácil fazer a reforma tributária. E quando as pessoas são eleitas, elas fazem a reforma da reforma.

Desafios dos próximos governantes

Na abertura do encontro, o presidente da CNI, Armando Monteiro, disse que o Brasil pode ter um crescimento de renda per capita de 4,5% ao ano, mas que isso exigirá liderança do próximo presidente. Ele também defendeu que o Brasil se prepare para uma economia de baixo carbono, uma das bandeiras da candidata verde Marina Silva. Entre os desafios dos próximos governantes, Monteiro enumerou os seguintes temas: segurança jurídica, infraestrutura, educação, comércio exterior, inovação, meio ambiente e redução da burocracia.

André Gerdau Johannpeter, diretor presidente do Grupo Gerdau, destacou na abertura do encontro que a valorização do real reduz a competitividade dos produtos brasileiros. Ele também ressaltou que o Brasil está na indesejável liderança dos países que mais têm encargos trabalhistas.

Está será a terceira vez que os presidenciáveis se encontram em um evento para debater propostas durante a pré-campanha. Na última quarta-feira, eles foram [sabatinados por prefeitos](#) de todo o país na 13ª Marcha em Defesa dos Municípios, em Brasília. No início do mês, eles participaram de um debate no [27º Congresso Mineiro de Municípios](#), em Belo Horizonte. Na

ocasião, Serra afirmou que chamaria o PT e o PV para governarem com ele, caso fosse eleito ²¹.

A notícia tem como assunto a declaração dos candidatos na sabatina da Confederação Nacional das indústrias (CNI), destacando as críticas que foram feitas às cargas tributárias.

O texto tenta fazer um registro da participação de Dilma, Marina e Serra na Sabatina, com uma linguagem coloquial e explicativa, mas uma abordagem tendenciosa que gerou participação moderada dos usuários.

A parcialidade da matéria fica clara já na abertura do texto jornalístico, quando a jornalista afirma que José Serra e Dilma Rousseff são os “os dois principais presidenciáveis”. No meio do texto, novamente a parcialidade se torna clara: Serra foi interrompido quatro ou cinco vezes com aplausos dos empresários e convidados (...) Dilma, pelo contrário, não foi aplaudida durante sua fala”.

No que diz respeito aos comentários, a maioria deles remete aos assuntos abordados na notícia: carga tributária e juros. Não foram feitas troca de ofensas entre os usuários, apenas provocações que incrementaram o debate. Apesar de parciais, um número razoável de comentários consistiu em análises sobre o tema central da notícia, mesmo que de forma simplificada.

Em alguns momentos, os leitores tentam dialogar com a matéria, questionando dados que ela apresentou, como em “Por que ela não fez nada para diminuir a carga tributária?”. Outro ponto muito debatido foi a continuidade entre o discurso político de Lula e Dilma, chamada de “bruxa do ventríloquo”.

De forma geral, não há crítica ao jornalista ou ao veículo, nem ao comentário de outros usuários, apenas troca de “farpas” entre leitores que possuem pontos de vista diferentes sobre o debate político. Abaixo, os comentários selecionados para análise:

²¹ Disponível em <http://oglobo.globo.com/pais/mat/2010/05/25/dilma-serra-marina-criticam-carga-tributaria-em-sabatina-da-cni-916683338.asp> acesso em 25/05/2010

Lourdes Sampaio

26/05/2010 - 13h 54m

Num debate entre candidatos para os elitistas do país, a candidata do governo certamente não tem a preferência porque sua política é de distribuição de renda, fato que leva a vantagem para o candidato da oposição que sempre proporcionou junto ao governo e como governo, um crescimento ilimitado para essa mesma elite e a diminuição de renda, para o resto da população.

E, apesar da invasão de propaganda paga pelo país, quem decide é o povão que detém a maioria dos votos.

Daí que...

Lourdes Sampaio

26/05/2010 - 13h 45m

Os eleitores já não votam em promessas e sim em ações concretizadas pelos políticos. Uns usaram cargos para beneficiar elites, outros ajudaram o país a crescer e dar melhor condição de vida ao povo. Cabe a esse mesmo povo decidir.

E usam espaços para agredir a candidata do governo de todas as maneiras. Esquecem q seus preferidos fazem plástica e também são maquiados para apresentarem-se em entrevistas. É a prova total que não existem outros argumentos para desqualificar a candidata.

Alex da Silva Lucas

26/05/2010 - 12h 31m

Ora, a Dilma viveu o governo Lula 24 horas por dia desde que entrou nele. Tudo o que aconteceu no governo Lula ela fez parte. Por que ela não fez nada para diminuir a carga tributária?

Optaciano

26/05/2010 - 11h 38m

São 3 candidatos de extrema esquerda. Portanto, grande parcela da população, como eu, não se sente representada neste debate. Tudo o que dizem soa falso para mim, pois não são democratas. Para eles o regime ideal seria o de Cuba, onde a oposição é fuzilada e o Estado é absoluto.

ATENÇÃO

26/05/2010 - 11h 01m

VEJA COMO OS POLÍTICOS DO PMDB E DO PT NÃO ESTÃO
PREOCUPADOS COM A SEGURANÇA PÚBLICA, TENTAM EM
REUNIÃO SECRETA ARQUIVAR LEI PEC 300 ,QUE IRIA UNIFICAR
O SALÁRIO DOS POLICIAIS E BOMBEIROS DE TODO BRASIL.

DEPOIS ESSES MESMOS POLÍTICOS E PARTIDOS VÃO PARA
TELEVISÃO FALAR QUE SEGURANÇA PÚBLICA É PRIORIDADE.

http://www.youtube.com/watch?v=pqr9hbUa62s&feature=player_embedded

WHIDA

26/05/2010 - 11h 00m

eLLa é a bruxa do ventriloquo.

[Este comentário é ofensivo ou inapropriado? Denuncie aqui](#)

WHIDA

26/05/2010 - 10h 58m

No rádio, eLLa disse que "é preciso ver se há recurso suficiente para chegar a 7,7% ..."

IguaLLzinho ao chefe...o ponto eletrônico funcionou...
Roubem menos, que dá !!!

KKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKK

Pode-se notar que muitas vezes, o usuário utiliza apelidos ou a identificação é feita apenas pelo primeiro nome. Outra marca recorrente é a repetição do usuário, que posta mais de um comentário ou insere duas vezes o mesmo. A linguagem informal predomina nos comentários, com uso de gírias e linguagem típica de diálogos na internet.

Além disso, há um forte uso do imperativo e se tentativas de diálogo com outros leitores, de forma a convencê-los e uma forma de tentar ganhar adeptos é postar links externos sobre o assunto relacionado ao comentário, como uma maneira de dar ênfase e defender seu ponto de vista.

4.3.3 Notícia 3

A terceira e última notícia selecionada foi publicada no dia 29 de maio e recebeu 717 comentários, com o título “Marina Silva critica declarações de Serra sobre a Bolívia e diz que não se pode generalizar”:

A pré-candidata do PV à Presidência, Marina Silva, criticou neste sábado, em Campinas, as declarações do adversário José Serra (PSDB) sobre o combate ao narcotráfico na Bolívia. Para ela, não se pode fazer generalizações neste caso. Nos últimos dois dias, Serra acusou o governo boliviano de ser cúmplice do narcotráfico e de fazer "corpo mole" para resolver o problema.

- Não é assim que se trata um país irmão. Acho que a gente tem que ter muito cuidado na relação com os países e, sobretudo, com nossos vizinhos para não fazermos generalizações. Os problemas que são enfrentados em relação ao narcotráfico na Bolívia talvez não sejam diferentes dos de outros países e até mesmo daqui - declarou.

Marina citou um caso típico brasileiro, que, na visão dela, também não deve ser tratado de forma genérica, sob o risco de se cometer injustiças.

- Imagine se a gente fosse generalizar a violência que acontece nas favelas, como se isso fosse com a conivência do governo - afirmou.

Segundo ela, não se pode atribuir a entrada de drogas da Bolívia no Brasil exclusivamente a uma omissão do governo vizinho.

- Sabemos que temos graves problemas na fronteira com o Acre com o tráfico de drogas, mas longe de mim em querer atribuir isso a uma ação deliberada do governo. O povo boliviano não merece esse tipo de generalização - disse.

Verde diz que eleição não será na base do plebiscito

Em terceiro lugar nas pesquisas de intenção de voto, Marina voltou a criticar o debate polarizado entre Serra e Dilma Rousseff (PT). Segundo ela, sua posição nas sondagens deve ser respeitada. Na última pesquisa Datafolha, Marina aparece com 12% das intenções de voto, contra 37% tanto para Dilma como para Serra.

- Eu não sei quem comprou essa tese (da polarização), porque a campanha nem começou. Tem dois candidatos empatados e um terceiro com 12%. Se nem começamos e estamos assim, significa que quando a sociedade entrar para valer no jogo, não só vai desempatar como vai acabar com a polarização. Essa eleição não será na base de plebiscito - disse ela, que tratou com ironia a questão.

- A sociedade já aprendeu com os movimentos de desefesa do consumidor a não comprar qualquer coisa.

Marina disse que os candidatos devem fazer campanha nesse período, e mandou um recado velado ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Mesmo sem citá-lo, a pré-candidata disse que pessoas em lugar de destaque devem dar o exemplo.

- Não tem como os candidatos ficarem em casa até julho. Para mim, o que é mais importante é a gente ser capaz de dar o exemplo. Quanto mais posição de destaque, mais cuidado tem que ter - disse ela.

Perguntada se teme clima acirrado na campanha, reagiu com bom humor:

- Estamos fazendo um esforço muito grande com a comunidade planetária para evitar o aquecimento global. Não seria diferente em relação ao desnecessário aquecimento dos ânimos políticos. ²²

A matéria tem como assunto principal a crítica que Marina Silva fez às declarações de Serra, trata-se de uma análise sobre as declarações da candidata. A linguagem do texto é coloquial, a notícia suscitou participação moderada do usuário. A abordagem adotada é parcial e tende para uma simpatia a candidata do Partido Verde (PV).

Os comentários, em sua maioria, criticam a posição de Marina em relação a forma como trata a Bolívia, “país irmão”. Muitos leitores condenam tal postura alegando uma possível concordância da candidata com a política de um país envolvido com narcotráfico.

Um fato interessante é a crítica que dois leitores fazem à mídia, alegando que a apresentação da plataforma política de Marina não é uma medida tomada de forma ingênua

²² Disponível em <http://oglobo.globo.com/pais/mat/2010/05/29/marina-silva-critica-declaracoes-de-serra-sobre-bolivia-diz-que-nao-se-pode-generalizar-916732539.asp> acesso em 29/05/2010

pelos meios de comunicação. Muitos leitores utilizaram apelidos para postar, evitando a identificação, havendo utilização de pseudônimos como Fidel Castro.

Para criticar as candidatas, muitos leitores recorreram ao trocadilho “Má-rina” e “Dilbomba”. Palavras de cunho pejorativo também estiveram muito presentes. Além disso, alguns usuários se dirigem diretamente a outros, em uma tentativa de estabelecimento de diálogo.

Alguns leitores usam o vocativo para tentar se dirigir diretamente a candidata Marina Silva, em alguns momentos para expressar apoio e outros, críticas severas. Outros, recorrem ao imperativo em uma tentativa de “se fazer ouvir”.

Abaixo, os comentários selecionados:

Velejador

31/05/2010 - 14h 34m

INJENUO:

VOLTE PARA A ESCOLA, MUITOS ERROS DE PORTUGUÊS.

Velejador

31/05/2010 - 14h 31m

A minha candidata! A mais preparada, a mais honesta a mais digna do meu voto!!!

MARINA SILVA MEU VOTO É SEU!

baiãotropeiro

30/05/2010 - 22h 51m

Há choro e desespero nos lares onde a droga toma conta da vida dos jovens, que matam, que roubam para conseguir dinheiro.

Tem que ser muito incensível para ficar aqui dando mais importância e ataques às palavras de alguém do que ao sofrimento das pessoas.

Fidel_Castro

30/05/2010 - 22h 29m

As viuvinhas de FFHHCC choram....

As foquinhas-amestradas dos DEMos se desesperam...

DILMA já é a preferida pela população para combater o atraso e a corrupção...

MAS KONKUMBINA VÉIA, HJ TIVEMOS A NOTÍCIA DE 42 MIL AMPUTAÇÕES DESDE 2002 POR INCOMPETÊNCIA DO PARTIDO DO TRAMBIQUE !!!
E VC QUER EMPURRAR A DILBOMBA ?
CONTA OUTRA CARA...

[Este comentário é ofensivo ou inapropriado? Denuncie aqui](#)

ET-de-Varginha

30/05/2010 - 20h 02m

Isso mesmo Má-rina... Bate no Serra e ajuda a eleger a DILMA.

PTMSTFARC

30/05/2010 - 17h 29m

Atualmente temos um "presidente", que vae a Bolivia felicitar e participar de um comicio dos Cocaleros e felicitar aos mesmos pela retirada dos escritorios da DEA(EEUU) do territorio Boliviano. Eles estavam dando muito prejuizo aos Cocaleros. Por sorte neste ponto o Paraguay admitiu a DEA em seu territorio, e graças a isti, pelo menos uns 20% das drogas produzidas nestes dois paises, são aprendidas.

PTMSTFARC

30/05/2010 - 17h 29m

Precisamos urgentemente de um presidente que se disponha a DAR UM BASTA, nestas duas republiquetas

PTMSTFARC

30/05/2010 - 17h 21m

MARINA-
SEGURAMENTE QUE É TEU IRMÃO.

EU PREFIRO UM PAIS AMIGO. AMIGO A GENTE ESCOLHE;
IRMÃO NARCOTRAFICANTE NÃO !!!

injenuo

30/05/2010 - 16h 04m

Na minha opinião o Sr.JS, candidato do PSDB, não deve entrar em discussão.

Isso é jogo político do pessoal do

PT e do partido da Sra.MS. ^

Não é de uma hora p/outra que a

mídia vem publicando comentá-

rios da Sra.MS, sem que não aja outras intenções.

Prestem atenção Senhores !!!!!!!

Ao longo do período de análise, em meio a grande quantidade de matérias e conteúdos publicados no O Globo, houve alguns fatos muito recorrentes como a utilização de trocadilhos com o nome do político no lugar do verdadeiro nome do leitor que estava postando, a exemplo de “Dilsmelivre”, “Má-rina”, “Dilmão”, “Dilmentira”. Além disso, muitos leitores recorrem a nomes de personagens das mais diversas áreas do conhecimento, como Isaac Newton, Fidel Castro e até nomes do cinema, como Homem de Ferro. Há usuários que postam com o nome do presidente Luis Inácio Lula da Silva.

De forma geral, a possibilidade de comentário nas matérias suscita, em pequena e média escala, um debate do tema eleição na internet, mas, em sua maioria, não há análises, e sim troca de ofensas entre usuários, crítica aos candidatos ou ao veículo de comunicação.

No caso da seção de jornalismo colaborativo, o “Eu repórter”, não houve registro de colaborações dos usuários sobre eleições, com ressalvas para alguns envios de artigos sobre a aprovação do Projeto Ficha Limpa.

4.4 Matérias publicadas no site do O Dia

4.4.1 Notícia 1

A primeira notícia a ser analisada foi publicada em 22 de maio e tem como título “Fúria de titãs nas eleições” e é baseada na comparação com o filme de mesmo nome:

Dilmedusa é aposta de Zula, soberano do Monte OlimPTo, contra Serraken, cria de FHades, e a verde Sub-Marina

A sessão já vai começar. No filme épico, baseado na mitologia greco-romana, Dilmedusa, a Medusa do Monte OlimPTo, enfrenta o temível Serraken, o Kraken de Tucanópolis, criado por FHades. Eles têm a fúria em comum. O monstro careca, com olheiras profundas, não gosta de ser provocado por jornalistas e perde a paciência com facilidade. Do outro lado da montanha, Dilmedusa não faz por menos e usa o seu olhar petrificante até mesmo em cima de aliados e conta com a força de Zula, o todopoderoso do OlimPTo.



Foto: Arte O Dia

No filme ‘Fúria de Titãs’, que estreou nos cinemas sexta-feira, Medusa é um monstro feroz capaz de transformar em pedra tudo o que mirar. A ex-ministra Dilma Rousseff, pré-candidata do PT à Presidência da República, não tem cabelos de serpente como o monstro mitológico, mas a forma de cobrar sua equipe, em altos decibéis, e seu estilo intempestivo preocupam o ninho petista. “Ela é muito rigorosa com prazos”, afirma um dirigente

petista que não quer se identifica.

O deputado federal Luís Sérgio, presidente regional do PT do Rio, diz que o jeito de Dilma não deve ser modificado. “O estilo foi aprovado pelo presidente Lula, e Dilma está se saindo muito bem como pré-candidata”, garante. Segundo o deputado, o marketing da campanha da ex-ministra, a cargo do publicitário João Santana, vai ressaltar as qualidades de Dilma, mostrando sua capacidade de gestão administrativa.

O Kraken, polvo gigante que ameaçava embarcações na mitologia, pode ter ressuscitado no formato de um pássaro tucano. Durante a 13ª Marcha dos Municípios, em Brasília (DF), o pré-candidato José Serra (PSDB) reagiu de forma ríspida, tal qual um ser feroz diante da pergunta se ele acabaria com o Bolsa Família. “Por que a pergunta? Por que disseram para você que eu vou acabar?”, vociferou o tucano.

Para o coordenador da campanha tucana no Rio, Márcio Fortes, o caso foi um fato isolado. “O Serra está tranquilo, ele tem nervos de aço”, afirma Fortes. Segundo ele, a irritação teve justificativa. “São perguntas fora do contexto”, justifica. Fortes defende que Serra não mudará a personalidade por causa da campanha. “Ele não precisa esconder nada, diz aquilo que pensa, não tenta disfarçar”, afirma o tucano do Rio.

O professor Alberto Carlos Almeida, do Instituto Análise, autor do livro ‘Cabeça do Eleitor’, vê os dois pré-candidatos “com os nervos à flor da pele”. “Pode ser motivado por traços de personalidade de cada um”, analisa Almeida. Para ele, porém, estes destemperos de Serra e Dilma não devem ter impactos nas campanhas. “Só se os adversários os utilizarem no horário eleitoral”, ressaltava o professor.

Nas profundezas do oceano, dorme Sub-Marina, réptil verde da Amazônia, que só se irrita quando a natureza é atacada. Embora distante da luta, ela tem ânsia de engolir os adversários e proclamar a revolta dos mares ao estilo Poseidon do século XXI.

Pré-candidata do PV, a senadora Marina Silva parece bem longe do duelo de titãs, assim como seu desempenho nas pesquisas eleitorais, muito distante dos índices de Serra e de Dilma. “Somos zebra”, diz o vereador Alfredo Sirkis (PV), coordenador da campanha de Marina. “Ela não tem marqueteiro. Mas é natural, espontânea, e vai crescer muito. Em junho vamos sair dos 12% e chegar aos 15%”, promete.

A esperança dos verdes é uma revolta de Gaia — na mitologia grega, deusa

suprema da Terra. Só ela, julgam os verdes, teria força suficiente para acordar um gigante adormecido no fundo do mar e conquistar o trono presidencial.

Temperamento

complicado

Considerada dona de um temperamento difícil, Dilma teve uma discussão com a comentarista de economia da Rádio CBN, Miriam Leitão. Ao ser perguntada sobre a dívida pública, Dilma foi interrompida pela jornalista alegando que sua pergunta não estava sendo respondida. Dilma retrucou: “Eu estou tentando, viu Miriam, estou fazendo o melhor dos meus esforços para te responder”, disse.

A petista também é acusada de ter destratado colegas de sua pasta, como o ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, e ter feito chorar o presidente da Petrobras, José Sérgio Gabrielli, depois de uma forte reprimenda por telefone.

Pavio

curto

nas

respostas

O pavio de José Serra anda curto com jornalistas. Quarta-feira, ele se irritou com pergunta sobre o Bolsa Família e se recusou a falar sobre royalties. Antes, já havia discutido durante entrevista a uma rádio.

DILMEDUSA: Paralisa os adversários e até os aliados com o seu olhar raivoso, petrificante. Dá bronca em altos decibéis em seus próprios comandados. Quer seguir os passos de Zula, derrotar Serraken e conquistar o Monte OlimPTo.

SUB-MARINA: Monstro verde que habita as profundezas do oceano. Acompanha à distância o duelo entre Dilmedusa e Serraken. Conta com as forças da natureza para engolir os adversários.

ZULA: Aposto todas as suas fichas em sua cria, Dilmedusa. É o pai do Bolsa Família e adversário do tucanato. Nos labirintos do Monte OlimPTo, o comentário é que Zula pretende voltar ao trono daqui a quatro anos.

FHADES: Deus do Plano Real, é o soberano de Tucanópolis e já derrotou o Monte OlimPTo por duas vezes, ambas em combate contra Zula.

Acompanha o confronto das duas bestas mitológicas e aposta na volta ao poder do tucanato. 23

Marcos Galvão e Ricardo Villaverde

A matéria é toda construída com base em metáforas para representar os candidatos envolvidos na cena política, considerada um “duelo de titãs”. O assunto central é o perfil de cada candidato, havendo crítica ao jeito impulsivo de Dilma e às respostas ofensivas de Serra. Marina é tratada de forma defensiva, como alguém que só reage se ameaçada.

Seu valor notícia é baixo, pois não traz informações novas e é dificilmente compreendida por qualquer leitor que não tenha assistido ao filme Fúria de Titãs, o que fere o caráter de universalidade que todo texto jornalístico deve ter. A linguagem utilizada é coloquial e a abordagem é parcial. O texto não poupa ironias e adjetivos aos candidatos, em especial a Serra e Dilma.

4.4.2 Notícia 2

A segunda notícia foi publicada em 25 de maio e tem o título “Marina parte para o ataque”. O título já revela o tom do texto, bastante informal:

Para explicar ausência de seu nome em faixas de evento, pré-candidata do PV à Presidência critica Dilma e Serra

Rio - A pré-candidata do PV à presidente, Marina Silva, acusou ontem seus principais adversários, Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB), de extrapolarem a legislação eleitoral. A afirmação foi feita em entrevista à rádio CBN, ao justificar a ausência de seu nome em faixas no [lançamento](#) da pré-candidatura de Fernando Gabeira a governador do Rio, pelo PV, no domingo.

23 Disponível em <http://www.gterra.com.br/politica/furia-de-titas-nas-eleicoes-30183.html> acesso em 22/05/2010

“Foi uma orientação de quem entende da legislação e não quer extrapolar como estão extrapolando aí a torto e a direito”, disse Marina, sobre a decisão de cobrir seu nome nas faixas de pré-candidatos. Segundo ela, o PV já havia sido notificado pela Justiça Eleitoral após ato em Natal (RN), em que jovens levaram faixas com seu nome.

Marina também acusou o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o ex, Fernando Henrique Cardoso, de terem aparelhado o Estado. “Tem uma forma de agigantar o Estado que não é das melhores”, disse a senadora, sobre indicações políticas para cargos públicos. O líder do governo na Câmara, Cândido Vaccarezza (PT-SP), rebateu. Para ele, Marina não tem “moral” para criticar o governo Lula, porque ela foi ministra do Meio Ambiente.

A pré-candidata disse ainda, que não acredita em polarização entre Dilma e Serra. “O povo não vai [comprar](#) a tese do plebiscito. A sociedade resolveu se escalar para acabar com esse empate”, disse ela, ao comentar pesquisas recentes na qual aparece em 3º lugar, com 12%. “Gostei do resultado porque estamos no começo, sem estrutura, em campanha há cinco meses. Os outros são candidatos desde pequeninos”, brincou Marina.

A pré-candidata criticou as campanhas petista e tucana. “O PSDB critica o PT por dividir o País entre ricos e pobres, entre Nordeste e Sul, e sempre que tem eleição vem com a história que o PSDB vai [entregar](#) tudo, vai privatizar tudo. Vamos debater o que interessa”, disse ela.

Serra inicia operação para deter crescimento de Dilma

Empatado com Dilma nas pesquisas, José Serra (PSDB) vai iniciar operação para tentar reverter o crescimento da petista. A intenção é marcar presença em todas as regiões. “Até sábado, Serra visitará estados distintos, cada um em uma região diferente”, disse o deputado Jutahy Júnior (PSDB-BA). Hoje, ele participa com Dilma e Marina de sabatina na Confederação Nacional da Indústria (CNI).

Pesquisa Datafolha divulgada domingo, mostrou que Serra perdeu para Dilma a [liderança](#) no Norte e no Centro Oeste. Ele ainda perdeu pontos no Sudeste e vai mal no Nordeste. O presidente nacional do PSDB, senador Sérgio Guerra (PE), acredita no crescimento em junho. “Maio é o mês da Dilma. Junho será o nosso mês”, disse ele. 24

O assunto da matéria é a declaração de Marina Silva acusando Dilma e Serra, o tom da matéria é uma análise entre os três candidatos, em especial no que se refere ao crescimento das intenções de voto para Dilma. O texto tem alto grau de noticiabilidade, traz informações novas, com abordagem imparcial.

4.4.3 Notícia 3

A terceira notícia analisada foi publicada no dia 29 de maio com o título “Serra ocupa horário eleitoral do DEM”:

Aliado do PSDB, Democratas exibiram propaganda que enalteceu tucano.

O pré-candidato do PSDB à presidência da República, José Serra, foi a grande estrela da propaganda partidária do DEM, exibida ontem à noite em cadeia de rádio e TV. Do total de 10 minutos do programa, cerca de 75% do tempo foram utilizados para falar sobre projetos do tucano como deputado constituinte, entre os quais o que criou o Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), ou obras por ele realizadas como governador de São Paulo.

O PT ainda entrou com medida cautelar no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para suspender o programa, mas o corregedor-geral eleitoral, ministro Aldir Passarinho Júnior, negou o pedido.

Já a pré-candidata do PT à Presidência, Dilma Rousseff, reagiu de forma contundente ao comentário do dia anterior de José Serra de que a Bolívia seria responsável por 80% a 90% da cocaína que chega ao Brasil. A petista disse não concordar com a “demonização” feita pelo tucano. “Não é possível, de forma atabalhoada, a gente sair dizendo que um governo é isso ou aquilo. Não se faz isso em relações internacionais, não é papel de um estadista, de quem quer que seja um estadista”, afirmou ela, em Gramado

(RS), onde fez palestra aos participantes do 26º Congresso Nacional de Secretarias Municipais de Saúde.

Já o ex-governador de Minas Gerais Aécio Neves (PSDB) disse ontem — de forma categórica — que não será vice de Serra na corrida presidencial. Ele reafirmou que vai concorrer ao Senado por Minas Gerais. O presidente nacional do PSDB, senador Sérgio Guerra (PE), disse que Aécio foi descartado como vice na chapa de José Serra há seis meses. Sérgio Guerra não quis dizer quais nomes estão cogitados para concorrer a vaga de vice de Serra, que desconversou sobre se teria perdido um vice. “Só se perde o que tem”.²⁵

A matéria tem como assunto a propaganda exibida pelos democratas em apoio à candidatura de José Serra, mas estabelece relações com outros temas como a questão da “demonização à Bolívia”. Sua temática é uma análise das declarações dos principais candidatos, porém, a linguagem coloquial utilizada, aliada as frases irônicas como “grande estrela da propaganda partidária” para se referir a Serra, dão o tom tendencioso à notícia. É interessante notar como há uma ligação entre os conteúdos abordados nos sites do O Dia e o Globo, mudando apenas o enfoque dado à matéria.

A seguir, será discutida a matérias enviada à seção “Conexão leitor” sobre eleições, além de uma fotografia sobre o tema política.

4.4.4 Conexão Leitor

No dia 20 de maio, foi postado um texto enviado pelo leitor Marcelo Sereno sobre o aspecto jurídico das ações pré-eleitorais:

No lugar do debate de ideias, a pré-campanha eleitoral está pautada por batalhas judiciais. A oposição tenta reduzir o espaço dos adversários e limitar sua ação. Recorrer quase que diariamente à Justiça mostra a

²⁵ Disponível em http://odia.terra.com.br/portal/brasil/html/2010/5/serra_ocupa_horario_eleitoral_do_dem_84350.html acesso em 29 de maio de 2010.

obsessão para que a campanha não seja antecipada, tirando o foco da preparação dos candidatos.

Nesta nova dinâmica, o [trabalho](#) dos advogados será mais complexo. Partidos e candidatos são obrigados a dar atenção especial à contratação de um corpo jurídico que os ajude a fazer valer a lei e não deixe o oportunismo cercear a campanha.

A oposição usa o argumento do uso da máquina pública para evitar que Dilma Roussef seja associada às conquistas do governo Lula. Deve-se lembrar que a ex-ministra dedicou quase oito anos a projetos [importantes](#), como Luz para Todos, PAC e Minha Casa, Minha [Vida](#). É quase impossível dissociá-la da gestão petista.

Foi por isso que PSDB e DEM pediram a suspensão de inserções do PT na TV. O objetivo, puro e simples, é evitar a associação entre dois membros do mesmo partido que têm o mesmo projeto para o País.

A legislação eleitoral não pode ser utilizada como mordça, como aconteceu em São Paulo, onde, em março, o PSDB e o DEM ajuizaram representação no Tribunal Superior Eleitoral contra um sindicato de professores. A acusação era o suposto uso de estrutura sindical em contrapropaganda eleitoral.

O que a presidente do sindicato e seus membros fizeram foi rechaçar a candidatura do ex-governador de São Paulo. O que os [professores](#) fizeram foi externar a opinião de que não gostariam de vê-lo presidente.

A verdade é que, quanto mais o eleitor conhece o candidato, mais subsídios tem para votar. A lei deve ser respeitada sempre. Mas não ser usada para impedir a liberdade de expressão, nem como obstáculo a qualquer etapa da democracia. ²⁶

O texto, no formato de artigo, tem como assunto a relação entre a presença de Dilma Roussef na mídia e as ações do governo Lula e faz uma crítica à legislação eleitoral ser

²⁶ Disponível em

http://odia.terra.com.br/portal/conexaoeleitor/html/2010/5/marcelo_sereno_discussao_fora_de_foco_82460.html acesso em 20/05/2010

utilizada como “mordança” e um entrave a democracia. A linguagem utilizada é coloquial e a postura do autor é parcial, a favor do PT, condenando as atitudes do PSDB e DEM contra a suspensão das inserções do PT na televisão. Apesar de ser um texto publicado no “Conexão Leitor”, é interessante notar que o autor não é um leitor comum, trata-se de um economista.

O artigo de Serrano recebeu apenas dezoito comentários, muitos dirigiam críticas ao economista, chamando-o de “petista”. Houve casos de troca de agressão e palavrões entre leitores. Grande parte dos usuários dirigiu críticas diretas ao autor do artigo, através de termos pejorativos. Apenas três comentários dialogaram diretamente com o artigo através de opiniões relevantes e consistentes. Houve também número considerável de críticas ao presidente Lula. Abaixo, os comentários selecionados para análise:

SE for pelo raciocínio oposicionista, Alckmin tb ã pode aparecer com Serra até q a campanha entre em campo e Serra ã poderia aparecer na propaganda eleitoral do DEM, q ã é seu partido.

Rafael S.Silva, em 20/05/2010 às 22h37m

MARCELO SERENO ???....SERÁ AQUELE ??? HUUMMMM....

Nilton Costa, em 20/05/2010 às 18h50m

QUEM QUISE VOTAR NA SARGENTO , QUE VOTE, MAS DEPOIS NÃO RECLAMEM. É A MAZELA ESTES PETRALHAS.

Dr Arueira, em 20/05/2010 às 16h39m

SENHORES, O ESPAÇO <<CONEXÃO LEITOR>> NÃO PODE SER TRANSFORMADO EM COZINHA PARA CONVERSA DE COMADRE. POR FAVOR, RESPEITEM OS DEMAIS LEITORES.

izaak kirshten , em 20/05/2010 às 13h25m

Quem é este senhor Marcelo Sereno? Em que país é vive? O "luz para todos, sempre existiu, era luz no campo. Que saiba, a Caixa sempre financiou imóveis, o Lula teve somente o "IMENSO" e CANSATIVO trabalho de mudar os nomes, como fez com o BOLSA ESCOLA que hoje é BOLSA FAMÍLIA . O Lula está em campanha eleitoral desde de 2008, desrespeitando todas às leis, jogando TSE no lixo. E afinal, pelo

menos eu, não quero que meu país se transforme em uma grande Venezuela ou numa imensa Cuba. Fora todos do PT! cujo o único objetivo é implantar o COMUNISMO no Brasil. Eu nunca vi COMUNISMO democrata, só o do PT...

Lucyberto Amorim, em 20/05/2010 às 12h00m

Aqui no Rio de Janeiro o Desgovernador Sérgio Malandro Cabral faz a mesma coisa. Comprou toda a mídia, o MP, o TRE para tentar limitar a ação do Garotinho. O problema é que o povo já sabe disse e vai dar uma resposta a este vagabundo nas urnas.

luiz claudio gomes , em 20/05/2010 às 10h25m

Marcelo, não existe outra saída a não ser recorrer a justiça pois toda estrutura sindical está fortemente contaminada pela influência do governo federal, fatiaram 90 % dos cargos para os sindicalistas nas empresas públicas.

Mauro Cristóvão, em 20/05/2010 às 08h41m

4.4.5 Fotografia - Click do Leitor



A fotografia enviada pelo [leitor](#) Luiz Fábio Mattos da Silva, no dia 29 de maio, exhibe a sede da Prefeitura, com luzes acessas durante o dia. Abaixo da fotografia, foi postado um pequeno texto: A sede da prefeitura, na Cidade Nova, está esbanjando energia. Luiz Fábio Mattos da Silva flagrou dezenas de luzes acesas durante o dia na semana passada. “E nós pagamos a conta do desperdício”, diz ²⁷.

Apesar de não retratar diretamente nenhum assunto relacionado à política, a fotografia tem o caráter de denúncia e mostra a outros leitores o mau uso do dinheiro público, desperdiçado sem nenhuma razão pela Prefeitura do Rio de Janeiro.

²⁷ Disponível em http://odia.terra.com.br/portal/conexaoleitor/html/2010/5/click_do_leitor_cade_o_exemplo_das_autoridades_84771.html acesso em 29/05/2010

5- Considerações finais

É inegável que a difusão e popularização das novas tecnologias da informação alteraram os rumos do jornalismo no Brasil e no mundo, em especial, após a década de 90. A tão proclamada “sociedade em rede” trouxe mudanças sociais e culturais, não apenas no âmbito da comunicação social, mas também nas relações entre produtores e consumidores da informação.

O texto jornalístico, sacralizado, deixou de ser escrito apenas pela mão do jornalista, na antiga pirâmide vertical, sucesso da década de 50, e cedeu lugar ao que Canavilhas (2001) denominou pirâmide horizontal. Os leitores deixaram de ser passivos e tornaram-se mais atuantes no processo de elaboração, produção e difusão das notícias.

Neste contexto, os principais veículos de comunicação do mundo iniciaram o processo de criação de áreas destinadas a receber conteúdos produzidos pelos leitores, não apenas em suas versões impressas, como também nas páginas da web. A tendência chegou ao Brasil, atingindo grandes periódicos e sites de notícias.

Através do envio de fotos, vídeos e textos, os leitores fizeram-se cada vez mais presentes no antes intocável mundo das redações. Porém, a abertura destas seções colaborativas trouxe consigo o aumento do desejo de participação do cidadão e a necessidade de moderação destes envios, devido a seu grande volume.

A difundida idéia de que a internet quebrou todas as barreiras entre o jornalista e o cidadão revela-se falaciosa quando se conhece o outro lado: as redações possuem profissionais especializados na mediação e seleção das contribuições. E não basta apenas oferecer espaço ao leitor e chamar toda contribuição enviada de notícia, antes de tudo, há critérios jornalísticos que envolvem a publicação.

Em um momento em que a política também passou a se utilizar ferozmente dos meios de comunicação on-line, muitos afirmaram que a internet seria a nova esfera pública virtual, herança da tese habermasiana. O cidadão, dotado do poder de participação teria no acesso a chave de ingresso na pólis cibernética, seja para criticar, elogiar, debater ou simplesmente analisar.

Porém, a análise dos comentários feitos nas notícias do jornal O Globo e O Dia revelam que, se, por um lado, há um avanço no que tange à possibilidade de expressar sua opinião pelos canais de participação, como os comentários, tal medida não se configura, efetivamente, como uma nova prática da cidadania, entendida como consciência plena dos direitos políticos que permite ao indivíduo agir em sociedade.

Mesmo dotado de ferramentas, muitas vezes, o cidadão comum utiliza-se do espaço dos comentários para expressar sua indignação com outros comentários, travar diálogos ofensivos com outros leitores. Raras foram as vezes em que os comentários foram análises ricas e que geraram um debate profícuo entre os leitores.

No caso do “Eu – repórter”, não foi registrado nenhum conteúdo enviado pelos leitores sobre eleição. Em relação ao Jornal O Dia, de caráter mais popular, até mesmo na linguagem utilizada, um fato chamou atenção: a não possibilidade de se comentar em notícias, o que só é possível nos artigos do “Conexão leitor”, que, novamente, em raros casos, abordaram a temática das eleições.

Não se trata de negar o potencial de democratizar a informação que a internet possui e que é facilitado pela existência de canais colaborativos. Porém, não se pode incorrer na falsa idéia de que, pela possibilidade de criticar ou analisar, o cidadão está agindo livre de qualquer restrição ou condicionamento. Há a permissão de participação, mas também há, por outro lado, critérios jornalísticos que regem a publicação do material enviado.

A existência de espaços para críticas e conteúdos é subutilizada, já que, na maior parte do tempo, os leitores criticam o veículo, trocam ofensas entre si ou utilizam termos pejorativos para os personagens das matérias. O jornalismo cidadão, revela, com toda força, seu caráter hiperlocal, fato notório quando 90% dos materiais recebidos são sobre denúncias, fotos sobre problemas nos bairros e etc.

Para que se constitua como esfera pública virtual, a internet precisa ir além da abertura de espaços ao cidadão. É necessário que se discuta, coletivamente, a função social dos meios de comunicação nesta sociedade em rede, para que o potencial de crítica e participação político propiciado pela web, seja, de fato, exercido na pólis cibernética.

6- Referências Bibliográficas

ABREU, A. **Jornalismo Cidadão [On line]** Estudos Históricos. Disponível em <http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/339.pdf> 2003

ANDRADE, Antonio Luis Lordelo. **Usabilidade de interfaces web**. RJ. E-papers. 2007.

AUNTOUN, Henrique - De uma teia a outra, a explosão do comum e o surgimento da vigilância participativa In **Web 2.0: Participação e Vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

BAMBRILLA, Ana Maria. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source**. Sessões do imaginário, 2005.

BARBOSA, B. **Falta de informação limita participação popular. Cidadania na Internet**. Rio de Janeiro, nov. 2003. Disponível em <http://www.cidadania.org.br/conteudo.asp>

BENEYTO, Juan. **Informação e sociedade**, Petrópolis, Vozes, 1974.

BERNARDES, W. L. M. **Da nacionalidade: Brasileiros natos e naturalizados**. 1. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 1995.

BIANCO, Nelia. **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vl. XXVII, no 1, janeiro/junho de 2004.

BOWMAN, S. & WILLIS, C. (2003) **We Media: How audiences are shaping the future of news and information** Disponível em: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

BRITTES, J. G. **A revitalização da esfera pública habermasiana pela comunicação ciberespacial**. São Paulo: Intercom. (2004)

BRUNS, A. (2005). **Gatewatching: Collaborative Online News Production**, New York: Peter Lang in: <http://www.cjc-online.ca/printarticle.php?id=1723&layout=html>

CANAVILHAS, João. **Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. In: _____. O Poder da identidade. 2. ed. 2007: São Paulo: Paz e Terra, 2000. v. 2.

CASTILHOS, Carlos. **Notícia e interatividade social**. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=277ENO001>

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: FGV: 2007

CARVALHEIRO, José Ricardo. **Mídia e cidadania na periferia portuguesa: O caso da Beira Interior**. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/carvalheiro-jricardo-media-cidadania.html>

CIANCONI, Leandro. **Democracia e Cidadania na Web Social: Participação, Colaboração E Produção Coletiva De Conhecimento**. Universidade Federal Fluminense: Niterói Rio de Janeiro, 2009

COELHO, M. Z. S., Prefácio in Teun van Dijk , (2005) **Discurso, Notícia e Ideologia**. Porto: Coleção Comunicação e Sociedade, Campo das Letras.

CORREIA, F. (2008) **Jornalismo Cidadão – o que és tu? [On line]**, Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>

DUARTE, A. (1999) **Experiência, Modernidade e campos dos media**, Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.

ERBOLATO, Mário. **"Técnicas de Codificação em Jornalismo - Redação, Captação e Edição no Jornal Diário"**. São Paulo: Ática, 1991.

FAIRCLOUGH, N. **Critical and descriptive goals in discourse analysis**. Journal of Pragmatics, n. 9, p. 739-763, 1985.

_____; WODAK, R. Critical discourse analysis. In: VAN DIJK, T. A. (Ed.). **Discourse as social interaction**. London: Sage, 1997. p. 258-284.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2004

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

JENNER, B. (2002). **Local journalism on the web**, British Journalism Review.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rj – Jorge Zahar Ed., 2001.

KOKACH, B & ROSENSTIEL, T. (2004) **Os elementos do jornalismo**. Coleção Comunicação 7: Porto Editora.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1998.

LEMONS, André. _____. **Ciber-Socialidade: tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Trabalho apresentado no GT Sociedade Tecnológica, no COMPÓS-98. In: Revista Logos, Rio de Janeiro: UERJ, 1998. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemons/cibersoc.html>

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. São Paulo: ed. Loyola, 1998.

_____, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____, Pierre. **Ciberdemocracia**. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

MALINI, Fabio. Modelos de colaboração nos meios sociais da internet: Uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo In **Web 2.0: Participação e Vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

MATTA, Maria Cristina. **De la cultura masiva a la cultura mediática. Diálogos de la Comunicación**. Lima: Felafacs. n° 56, p. 80-90, out. 1999.

MORETZSOHN, S. (2006) **O mito libertário do jornalismo cidadão**. Comunicação e Sociedade, 9-10: 63-81.

MOSCO, V. Do Mito do Ciberespaço à economia política da comunicação digital In Sousa, H. (org.) (2006) **Comunicação, economia e poder**, Coleção Comunicação 9: Porto Editora.

PERUZZO, Cecília M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998

PRIMO, A. (1998). **Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo**, Recife: Intercom., 2005.

PRIMO, A. (2003). **Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva**. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, 2: 125-142.

PRIMO, A.; TRÄSEL, M. (2006) **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**, São Leopoldo: Anais.

QUADROS, Claudia Irene de. **A participação do público no webjornalismo**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. III Encontro de Pesquisadores em Jornalismo, Florianópolis, nov. de 2005.

REESE, D. Et al. (2007) **Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news arena**, Journalism, 8 (3): 235 – 261.

TADEI, ROBERTO. **Coleção Conquiste a Rede Jornalismo cidadão: Você faz**

a notícia. 2006. Disponível em http://pt.globalvoicesonline.org/wp-content/uploads/2007/08/conquiste_a_rede_blog.pdf

THURMAN, N. (2008) **Forum for citizen journalist. Adoption of user generated content initiatives by online news media**. New Media Society, (10): 139.

VAN DIJK, T. **Text and context: explorations in the semantics and pragmatics of discourse**. London: Longman, 1977.

_____. (Ed.). **Handbook of Discourse Analysis**. London: Academic Press, 1985. v. 4:

Discourse Analysis in Society.